

FH Mittweida
Ingenium Education

Bachelor Betriebswirtschaftslehre „Wirtschaftskommunikation“

**Kommunikationsmöglichkeiten zwischen
zeitgenössischen Ausstellungshäusern
und österreichischen Pflichtschulen**

**Bachelorarbeit zum Erlangen des akademischen Grades:
Bachelor of Arts, B.A. an der FH Mittweida**

Vorgelegt von: Katharina Götschl im März 2012
Erstprüfer: Prof. Dr. rer. pol. René-Claude Urbatsch
Zweitprüfer: Mag. rer. soc. oec. Dr. jur. Gerald Matt

Die Kunst ist eine Vermittlerin des Unaussprechlichen.

Johann Wolfgang von Goethe

Für Ingrid, Gerhard und Peter Götschl

Vorwort

„Vergessen wird dabei, dass die Kunst prinzipiell kommunizieren will, dass Künstler nicht nur öffentlich gezeigt, sondern auch gesehen und rezipiert werden wollen und dass eine zeitgenössische Kunstinstitution maßgeblich als Kommunikationsgefäß zwischen Publikum und Künstlern zu wirken hat.“¹ Kunst will gezeigt und Künstler wollen verstanden werden. Dies alles ist nur durch eine gute Kommunikations- und Vermittlungspolitik kultureller Institutionen möglich.

Eine Aussage, die mir in meiner bisherigen Tätigkeit in der Kunsthalle Wien² immer mehr bewusst geworden ist. Kunst und Künstler brauchen Betrachter, Ausstellungshäuser brauchen Besucher, um Kunst zeigen zu können. Da diese Kommunikation beziehungsweise Vermittlung der Kunst eines der wichtigsten Aufgabengebiete eines Ausstellungshauses ist, habe ich mich entschlossen, diesen Bereich in meiner Bachelorarbeit genauer zu beleuchten. Speziell die heutige Jugend ist eine der wichtigsten Zielgruppen für das zukünftige Bestehen kultureller Institutionen und für die Wahrnehmung der Künstler und deren Kunstwerke. Deswegen fiel mein Schwerpunkt auf die Kommunikation der zeitgenössischen Ausstellungshäuser mit der neuen Zielgruppe „Jugend“ die durch und über die Schulen einen Grundstein für das Interesse und Verständnis an zeitgenössischer Kunst oder kultureller Bildung im Allgemeinen gewinnen können.

Mein bester Dank gilt Herrn Prof. Dr. René-Claude Urbatsch von der FH Mittweida, der die Bachelorarbeit betreut, mich durch zahlreiche gute Anregungen unterstützt und mir sehr viel Freiraum für die Bachelorarbeit gegeben hat. Weiters danke ich Herrn Mag. Dr. Gerald Matt, Direktor der Kunsthalle Wien, für die bereitwillige Übernahme der Position des Zweitprüfers meiner Arbeit.

Zuletzt danke ich meiner Familie für die tatkräftige Unterstützung in den letzten Jahren, ohne die das Studium für mich nicht möglich gewesen wäre, die immer für mich da war, wenn ich sie gebraucht habe.

¹ Matt, Gerald; Kommentare, Artikel: Zwischen Distinktion und Kommunikation; Wien 2006

² Die Kunsthalle Wien ist die Ausstellungsinstitution der Stadt Wien für internationale zeitgenössische und moderne Kunst; <http://www.kunsthallewien.at/>; 10.02.2012

Eidesstattliche Erklärung

Gemäß § 31 Abs. 5 Rahmenprüfungsordnung:

Ich versichere, dass ich die Arbeit selbstständig verfasst, noch nicht anderweitig für Prüfungszwecke vorgelegt, keine anderen als die angegebenen Quellen oder Hilfsmittel benützt, sowie wörtliche und sinngemäße Zitate als solche gekennzeichnet habe.

Ort, Datum

Unterschrift

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	I
Eidesstattliche Erklärung	II
Inhaltsverzeichnis	III
1. Einleitung	2
1.1 Problemstellung	2
1.2 Zielsetzung	4
1.3 Methodischer Vergleich	5
2. Kommunikationsmöglichkeiten zwischen zeitgenössischen Ausstellungshäusern und österreichischen Pflichtschulen	6
2.1 Begriffe	6
2.1.1 Kommunikation	6
2.1.2 Zeitgenössische Ausstellungshäuser	9
2.1.3 Österreichische Pflichtschulen	11
2.2 Ist-Situation	14
2.2.1 Desinteresse der Lehrer und Schüler	14
2.2.2 Sprachliche Barriere	18
2.2.3 Gewalt, Kriminalität und Sexualität in der Ausstellung	21
2.3 Vision	23
2.3.1 Die Schule im Museum	23
2.3.2 Das Museum in der Schule	31
2.3.3 Entwicklung gemeinsamer Projekte	40
3. Schluss	50
3.1. Zusammenfassung	50
3.2. Maßnahmen	51
3.3 Conclusio	52
Anhang	IV
Literatur- und Quellenverzeichnis	V

1. Einleitung

1.1. Problemstellung

Die Begrifflichkeit Kommunikation betrifft einen großen Teil des eigenen, alltäglichen Lebens. Wir sind immer umgeben von der Kommunikation. Sei es als Übermittlung von Nachrichten aus dem Radio oder Fernsehen, bei Terminen in der Arbeit, durch Plakate auf der Straße, non-verbale Kommunikation durch Mitmenschen. Dies alles sind Faktoren der Kommunikation. Der Mensch ist umgeben davon. Paul Watzlawick³ prägte den in der Kommunikationswissenschaft bekannten Spruch „Man kann nicht nicht kommunizieren“. Dieser bekommt in der heutigen Zeit immer mehr Bedeutung und ist eine wichtige Grundlage der Erfolgs gerichteten Kommunikation von Unternehmen.

Im Bereich der Kunst und Kultur bezeichnet man die Kommunikation nach außen als Kunst- und Kulturvermittlung. Diese umfasst die Handlung der Kommunikation zwischen der kulturellen Institution und einem bestimmten Zielpublikum. Vermittlung im Allgemeinen bezeichnet alle Aktivitäten, die Personen Informationen zugänglich machen. Das Konzept der Kunst- und Kulturvermittlung schränkt diese allgemeine Definition jedoch in mehrerer Hinsicht ein: Im Sinne der Kunst- und Kulturvermittlung betreffen die Informationen das künstlerische und kulturelle Erbe einer Gesellschaft. In diesem Zusammenhang können Kunstwerke und Kulturgüter als Information beziehungsweise als Informationsträger verstanden werden. Darüber hinaus ist Kunst- und Kulturvermittlung nicht wertfrei.⁴

In den letzten Jahren rückte der Bereich der Kunstvermittlung immer mehr ins Zentrum des gegenwärtigen Kunstgeschehens. „Zeitgenössische Kunst bezieht sich vermehrt auf Bildungsarbeit, so dass als Resultat einer wechselseitigen Produktivität sowohl ein erweiterter Vermittlungsbegriff als auch eine Veränderung der Materialität von Kunst entstehen.“⁵ „In der Hälfte der Museen gehen die Mitarbeiter davon aus, dass ihr Museum besonders für Schüler von Interesse sei, davon bietet aber nur knapp die Hälfte der Museen tatsächlich eigene Vermittlungsformen für Schulen an.“⁶

³ Paul Watzlawick (1921 – 2007) war Psychotherapeut, Kommunikationswissenschaftler und Autor

⁴ Vgl. <http://up2kukuk.blogspot.com/2009/03/eine-definition-von-kunst-und.html>; 28.01.2012

⁵ Eggermann, Eva & Pritz, Anna; school works. Beiträge zu vermittelnder künstlerischer und forschender Praxis; Wien 2009

⁶ Rath, Gabriele; Museen für BesucherInnen. Eine Studie; Wien 1998

Die Fragestellung der zu erfüllenden Kriterien, um die Institution Schule für das Ausstellungshaus zu begeistern und als neue Kunden zu gewinnen, steht zentral im Raum, wird dennoch von den Ausstellungshäusern noch nicht zur Gänze ausgeschöpft.

Die Beschäftigung mit Kunst und Kultur ist wichtiger Bestandteil der Persönlichkeitsentwicklung. Partizipative Kunstvermittlungsangebote in Schulen bringen für die teilnehmenden Schüler/-innen jede Menge Pluspunkte mit sich. Dazu zählen beispielsweise die Stärkung des Lern- und Sozialverhaltens, die Unterstützung und Förderung der Entwicklung, die Festigung der eigenen Persönlichkeit und nicht zuletzt die Möglichkeit, Kunst hautnah zu erleben.⁷ „Der Umgang mit Kunst und Kultur wird heute als eine Grundtechnik gesellschaftlicher Anforderungen verstanden und kulturelle Kompetenz als die Basis für Handlungsfähigkeit in gegenwärtigen Gesellschaften.“⁸ Diese Vermittlung und die Weitergabe des Wissens und Könnens der Grundsätze der gesellschaftlichen Bildung zählen zu den Aufgaben der Schule als Institution des Lehrens und Lernens durch die Lehrer.⁹ Schule kann somit auch als die bewusste Vermittlung von Wissen, aber auch von Normen und gesellschaftlicher Identität verstanden werden.¹⁰

In der Vermittlung von Inhalten und Ausstellungen zwischen Museen und Ausstellungshäusern hat in den letzten Jahren schon eine Entwicklung stattgefunden, dennoch ist hier der sehr große Bereich der Kunstvermittlung noch lange nicht ausgeschöpft. Ein aktives Nach-außentreten und Kommunizieren von Kulturinstitutionen wird in den nächsten Jahren immer mehr zur zentralen Aufgabe werden, da nur dadurch neue Zielgruppen angesprochen werden können. Somit ist die Bedeutung des Begriffes der Kommunikation bezogen auf Kulturvermittlungsabteilungen in Museen und Ausstellungshäusern, so zu definieren: Bildung für Erwachsene und Schulen, Gewinnung neuer Zielgruppen und Aufbau eines neuen Kundenstammes. Nicht nur spezielle Kindermuseen für zeitgenössische Kunst, sondern auch der Besuch der zeitgenössischen Museen als neue Herausforderung und Eröffnung neuer Zugänge zur „Erwachsenenwelt“ sollen und müssen in Zukunft gefördert werden.

⁷ <http://www.kulturkontakt.or.at/de/kulturvermittlung-mit-schulen/>; 24.01.2012

⁸ Egermann, Eva & Pritz, Anna; school works. Beiträge zu vermittelnder künstlerischer und forschender Praxis; Wien 2009.

⁹ Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Schule>; 19.01.2012

¹⁰ Vgl. Egermann, Eva & Pritz, Anna; school works. Beiträge zu vermittelnder künstlerischer und forschender Praxis; Wien 2009

1.2 Zielsetzung

Wie wichtig gerade die Kommunikation zwischen den zeitgenössischen Ausstellungshäusern und den österreichischen Pflichtschulen in Zukunft sein wird und welche Formen der Kommunikation möglich sind, auf die sich die Ausstellungshäuser in Zukunft einstellen müssen, um den Anschluss und die damit verbundenen Einnahmequellen nicht zu verpassen, möchte ich mit dieser Arbeit einen Versuch starten, diese Fragestellung aufzuarbeiten.

So geht es in der Kunstvermittlung nicht nur um den reinen Konsum von und den möglichst breiten Zugang zu kulturellen Aktivitäten, sondern auch um eine aktive Teilnahme und die Ermöglichung der Gestaltung eines künstlerischen Objektes oder kulturellen Prozesses durch die Nutzer.¹¹ Das Ziel, das dahinter steckt, ist, mehr Menschen direkten Zugang zu zeitgenössischer Kunst zu ermöglichen und damit auch soziokulturelle und gesellschaftliche Prozesse in Gang zu bringen. Im Mittelpunkt steht dabei die Gestaltung der Beziehung zwischen Künstlern, Kulturschaffenden und ihren Werken, dem kreativen Arbeitsprozess und ihrem Publikum.

Mein Ziel ist, mit dieser Arbeit aufzuzeigen, dass es in der Kunst und in der Schule einen breiten Zugang zu Kooperationsmöglichkeiten gibt und diese auch schon teilweise vorhanden sind. Wichtig ist mir dabei darzustellen, dass es über die bereits meist vorhandenen Führungen für Schüler hinaus auch noch andere Möglichkeiten gibt, einen künstlerischen Austausch zu erleben. Sei es in Gesprächen mit Künstlern und Kunstvermittlern einer Institution oder auch über gemeinsame Projekte und den auf den Neuen Medien basierenden Plattformen.

¹¹ Mandel, Birgit; Kulturvermittlung – zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Eine Profession mit Zukunft; Bielefeld 2005

1.3 Methodischer Vergleich

Diese Arbeit bezieht sich auf die Kommunikation zwischen Schulen und Ausstellungshäusern. Sie zeigt auf, welche Beziehung schon besteht und wie man die Beziehung noch verstärken kann.

Einleitend werden die Begriffe Kommunikation, zeitgenössisches Ausstellungshaus und österreichische Pflichtschule beleuchtet, um ein Grundverständnis über die drei grundlegenden Faktoren dieser Arbeit zu geben.

Diese Arbeit bezieht sich auf die Kommunikation zwischen Schulen und Ausstellungshäusern. Im Laufe der Arbeit ist zu sehen, dass beide Institutionen als Kommunikatoren und Rezipienten in vielen Abstufungen fungieren. Auf den Bereich der Begriffsdefinitionen folgt eine Darstellung der derzeitigen Situation, die die Hemmschwellen von Schulen und Ausstellungshäusern aufzeigen sollen. Im Vordergrund hierbei stehen das Desinteresse von Lehrern und Schülern an zeitgenössischen Ausstellungen sowie das Problem der Sprache und die meist gewalttätigen, kriminellen und sexuellen Inhalte der Werke der Künstler.

Die Zukunftsvisionen und die Möglichkeiten der verschiedenen Kommunikationsebenen zwischen den Pflichtschulen und Ausstellungshäusern stehen im Mittelpunkt des dritten großen Bereiches meiner Arbeit. Dieser Abschnitt behandelt die Ereignisse während der Besuche von Schülergruppen in den Ausstellungshäusern, aber auch die Besuche von Künstlern und Kunstvermittlern in der Schule werden genauer beleuchtet. Als dritter Unterpunkt in diesem Kapitel fungiert das gemeinsame Erarbeiten von Projekten, seien dies Ausstellungsprojekte oder Projekte auf Basis der neuen Kommunikationsformen.

Abschließend werden die Probleme und Problemlösungen nochmals kurz angeführt und um einen möglichen Maßnahmenblock seitens der zeitgenössischen Ausstellungshäuser und der österreichischen Pflichtschulen erweitert.

Soweit in dieser Bachelorarbeit personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise.

2. Möglichkeiten der Kommunikation zwischen zeitgenössischen Ausstellungshäusern und österreichischen Pflichtschulen

2.1. Begriffe

2.1.1. Kommunikation

Das lateinische Wort *communis* „gemeinsam“ bedeutet Austausch, Verständigung, Übermittlung von Inhalten durch Zeichen aller Art unter Lebewesen und/oder technischen Einrichtungen.¹² „Zur Kommunikation gehören im Wesentlichen drei Elemente: eine Nachricht, ein Sender und ein Empfänger. Im Mittelpunkt der Kommunikationswissenschaft – die als Humanwissenschaft mit Psychologie, Sozialpsychologie und Soziologie in Verbindung steht – befindet sich der Begriff der kommunikativen Wechselwirkung.“¹³

Der Grundvorgang der zwischenmenschlichen Kommunikation ist im Prinzip schnell beschrieben. Da ist ein Sender, der etwas mitteilen möchte. Er verschlüsselt sein Anliegen in erkennbare Zeichen – eine Nachricht. Dem Empfänger obliegt es, dieses wahrnehmbare Gebilde zu entschlüsseln. In der Regel stimmen die gesendete und die empfangene Nachricht lediglich überein, sodass eine Verständigung stattgefunden hat.¹⁴ Dieses System beschreibt ein grundlegendes Modell der Massenkommunikation. Eine der bekanntesten Modelle ist heutzutage weitverbreitet als Lasswell-Formel¹⁵ bekannt.

Die berühmte Lasswell-Formel „Who says what in which channel to whom with what effect“, ist bis heute ein häufig verwendetes Wortmodell, um Kommunikation zu erklären. Wie schon erwähnt, liegen dem Kommunikationsprozess fünf konstitutive Elemente zugrunde, die in jeder Kommunikation vorhanden sein müssen: ein Sender (Kommunikator), eine Nachricht, ein Träger der Botschaft (Medium), ein Empfänger (Rezipient) und eine Kommunikationswirkung (Effekt).¹⁶

¹² Vgl. Rauhe, Hermann & Demmer, Christine; Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst; Artikel von Hans-Joachim Herms: Kommunikationsmanagement; Berlin 1994

¹³ Rauhe, Hermann & Demmer, Christine; Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst; Artikel: Kommunikationsmanagement; Berlin 1994

¹⁴ <http://www.arbeitsblaetter.stangl-taller.at/KOMMUNIKATION/>; 03.01.2012

¹⁵ Harald Dwight Lasswell (1902 – 1978) war ein US-amerikanischer Politik- und Kommunikationswissenschaftler und formulierte 1948 die heute in der Kommunikationswissenschaft bedeutende Lasswell-Formel (Who says what in which channel to whom with what effect?), <http://www.wikipedia.org/wiki/Lasswell-Formel>, 03.01.2012

¹⁶ Vgl. Fischer, Tim E., Unternehmenskommunikation und Neue Medien, Das neue Medium Weblogs und seine Bedeutung für die Public-Relation-Arbeit; Wiesbaden 2006

Das klassische Sender-Empfänger Modell wird immer mehr dominiert von der Funktion des Internets und auch infolgedessen von der Funktionsweise und Kommunikationsebenen des Web 2.0.¹⁷

Um dennoch oder gerade deswegen eine effektive Kommunikationspolitik ausüben zu können, ist das Modell des verhaltenswissenschaftlichen Ansatzes. Hier wird das Verhalten des Kunden gemessen an seiner Rückmeldung nach einem Reiz. Um die Zielgruppe zu erreichen, muss man wissen, welche Informationen und welche Kanäle der aktuelle Kundenstamm beziehungsweise auch die gewünschte Zielgruppe ansprechen. Laut Werner Kroeber-Riel¹⁸, steht die Schaffung eines Bedürfnisses im Vordergrund, um daraufhin informieren zu können, dass dieses Bedürfnis gestillt werden kann. Kroeber-Riel vermerkt hier vier Ansätze:¹⁹

- ◆ Wenn Bedürfnis und Information beim Kunden vorhanden sind, ist die Aktualität das Ziel, und die Wahrnehmung soll geweckt werden.
- ◆ Ist die Information über das Produkt beim Kunden vorhanden, ist eine emotionale Bindung zum Produkt das Ziel und der Kunde soll das Produkt emotional erleben.
- ◆ Sind Bedürfnis und Information dagegen nicht vorhanden, müssen die Kunden über das Produkt informiert, und eine Emotion an das Produkt geweckt werden. Hier ist die komplexe innere Haltung zum Angebot beim Kunden aufzubauen.
- ◆ Ist nur das Bedürfnis nach einem Produkt vorhanden, muss informiert werden und dadurch wird die rationale Beurteilung des Angebotes beim Kunden angeregt.

Damit ein Wissen darüber besteht, welche Zielgruppen ein Unternehmen besitzt und vor allem welche es ansprechen möchte, ist eine Zielgruppenanalyse vonnöten. Wen wollen wir mit unserem Produkt begeistern? Wen wollen wir mit den getroffenen Werbemaßnahmen erreichen? Dies sind Fragen, die sich ein Unternehmen beziehungsweise die Kommunikationsabteilung stellen sollte, um einen gelungenen Marketingmix²⁰ zu kreieren. Der Einsatz richtiger Medien- und Kommunikationsmittel, angepasst auf den zu vermittelnden Inhalt, ist die Basis

¹⁷ Vgl. Rys, Adriana; Masterarbeit: Web 2.0 als Marketinginstrument in Museen; Unveröffentlichte Master Thesis; Köln 2010

¹⁸ Werner Kroeber-Riel, ehm. Professor für Marketing an der Universität Saarbrücken und Autor vieler Publikationen im Bereich Werbung und Marketing

¹⁹ Vgl. Kroeber-Riel, Werner & Esch, Franz-Rudolf; Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze; Stuttgart 2000

²⁰ Aus betriebswirtschaftlicher Sicht gibt es zwei Bedeutungen des Begriffes Marketing: Marketing als erweitertes Verständnis der Absatzfunktion eines Unternehmens einerseits und Marketing als marktorientierte Unternehmensführung andererseits. Dazu bedienen sich Unternehmen verschiedener Werkzeuge und Hilfsmittel. Die Kombination aus den verschiedenen Marketinginstrumenten wird als Marketing-Mix bezeichnet. Vgl. Hansen Holger; Marketing und Vertrieb des Produktes. Der Marketing-Mix; Grin Verlag 2005

einer guten Marketingarbeit eines Unternehmens. Das Wissen darum, welche Produkte ich an welche Kunden vermitteln möchte. Welche Marketinginstrumente ich auf welchen Kanälen einsetzen kann, ist als eines der ersten Marketingziele zur Erstellung einer Marketingstrategie zu beurteilen.

Nach dem Verkünden der Werbebotschaft über diverse Kanäle und dem Wecken des Interesses des Kunden ist eine weitere Aufgabe der Kommunikation die Bindung neu gewonnener Kunden an das Unternehmen und die Erhaltung des alten Kundenstammes. Bei vielen Unternehmen steht die Neukundengewinnung an erster Stelle, aber auch die Pflege der bestehenden Kunden ist eine wichtige Position. Es ist nicht möglich, immer nur neue Kunden zu akquirieren, sondern auch nötig, diese zu pflegen, damit sie auch weiterhin Kunden des Unternehmens sind und eine Bindung herstellen. In den letzten Jahren hat sich hier der Ansatz des Customer Relationship Management (CRM) in den Unternehmen etabliert. Allerdings konnten sich in den meisten Fällen nur isolierte Teilaspekte in der Marketingpraxis aus bestimmten Bereichen etablieren:²¹

- beziehungsorientierte Ziele (Kundenbindung, Erhöhung des Kundenwertes etc.)
- beziehungsorientierte Instrumente (Kundenclubs, Kundenkarten etc.)
- beziehungsorientiertes Management (Beschwerdemanagement, Interessentenmanagement etc.)

Im Zusammenhand mit dem CMR hat auch das Instrument des „Direkt Marketing“ immer mehr an Bedeutung gewonnen. Die direkte Berührung des Kunden vom Unternehmen oder Unternehmensvertretern. Im Vordergrund steht hier auch die Gewinnung von Neukunden und deren Bindung an das Unternehmen.

²¹ Vgl. Hippner, Hajo & Wilde, Klaus D.; Grundlagen des CRM. Konzepte und Gestaltung; Wiesbaden 2006

2.1.2. Zeitgenössisches Ausstellungshaus

Der Begriff „zeitgenössisches Ausstellungshaus“ setzt sich aus zwei Elementen zusammen, die einen getrennten Definitionsansatz benötigen, um ein allgemeines Verständnis über die Funktion und den Aufgabenbereich eines solchen Hauses zu erleichtern.

Der Begriff „zeitgenössisch“ im Kunstbereich ist schwer zu definieren. Er lässt sich aber fast mit „gegenwärtig“ gleichsetzen. Der deutsche Kunsthistoriker Hans Belting²² hat in einem Essay in der deutschen Zeitung „Die Zeit“ einen Versuch gestartet, diesen Begriff zu erläutern. Diese Erläuterung greift auf die im 21. Jahrhundert entstehende weltweite Kunst mit dem Anspruch auf globale Zeitgenossenschaft ohne Grenzen und ohne Geschichte zurück. Diese Kunst kann nicht mehr zur Gänze mit dem Begriff „modern“ umschrieben werden. So meint Belting: „Sie setzt sich in einen Gegensatz zur Moderne, und so ist es kein Zufall, dass sowohl in der Benennung von Museen als auch in den Katalogen der Auktionshäuser der Begriff ‚modern‘ durch ‚zeitgenössisch‘ abgelöst wird. Das Museum of Contemporary Art hat die Ära des Museum of Modern Art beendet. Der Verzicht auf den Begriff ‚modern‘ soll Raum schaffen für eine nicht mehr moderne Kunst. So dient der Begriff ‚zeitgenössisch‘ als Axiom, um alte Grenzen zu überschreiten. Er ist auch neutraler als der westliche Begriff Nachkriegskunst, den der Markt manchmal als Platzhalter für moderne Kunst verwendet.“²³

Diese gegenwärtige Kunst auszustellen, ist eine der primären Aufgaben eines Ausstellungshauses. Solche Häuser im Bereich der Kunst und Kultur sind meist Non-Profit Institutionen, die vom Staat gefördert werden. Als vorrangiges Unternehmensziel gilt die Abdeckung eines Bedarfes an kulturellen Leistungen. Deren kultureller Auftrag definiert sich im Allgemeinen durch spezifische kulturelle Dienstleistungen, welche der Kulturbetrieb für die Gesellschaft erbringen soll. Meist ist dieser Auftrag im Mission Statement des Kulturbetriebes festgehalten und damit sind auch die groben Ziele und Programme des Ausstellungshauses definiert.

Um diese gesetzte Aufgabe erfüllen zu können, muss eine Nachfrage aufseiten der Besucher oder des Publikums erst hergestellt werden. Somit zählt für ein Ausstellungshaus eine gute Kommunikationspolitik zu den Hauptaufgaben.

²² Hans Belting (1935) ist ein deutscher Kunsthistoriker und Medientheoretiker mit Schwerpunkt im Bereich der Bildwissenschaft, in der Moderne und Medienkunst.

²³ Belting, Hans; Was bitte heißt „contemporary“? Artikel aus „ZEIT ONLINE“ vom 20. Mai 2010; <http://pdf.zeit.de/2010/21/Global-Art.pdf>; 16.12. 2011

Sammlungstätigkeit von Ausstellungshäusern

Eine Kunstsammlung ist eine der Kernaufgaben der allgemeinen Museumsarbeit und die Basis des kulturellen Auftrages, auf den sich das Museum in seiner Arbeit als Dienstleistungsunternehmen für die Öffentlichkeit stützt.²⁴ Oftmals sind private Sammlungen im Rahmen von Kulturförderung durch private Sammler oder Kulturstiftungen in ein Ausstellungshaus eingebunden, das keine eigene Sammlung besitzt. Diese eingegliederte Sammlung bietet dem Ausstellungshaus die Möglichkeit.

Institutionen, die über keine eigene Sammlung verfügen, die sie im Austauschwege anbieten können, müssen diesen Nachteil im Wettbewerb um die Leihgaben durch den Ruf des Hauses, die Qualität der Programme und der Sicherheitsstandards oder durch persönliche Kontakte wettmachen. Auch bei Ausstellungshäusern mit Sammlungen wird die Reputation des Hauses nicht nur durch die Sammlung, sondern auch durch seine Ausstellungen bestimmt.²⁵

Zusammenfassend kann gesagt werden, ein zeitgenössisches Ausstellungshaus dient der Erfüllung eines, meist durch den Sponsor, vorgegebenen Bildungsauftrages, gegenwärtige Kunst der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. „Ausstellungen sind jene Dienstleistungen, mit denen das Museum am deutlichsten in der Öffentlichkeit auftritt. Bei Ausstellungshäusern ohne Sammlung sind die Ausstellungen der Kernbereich ihrer Tätigkeit.“²⁶

Wichtig dabei ist es, der Kunst und den Künstlern gegenüber die Freiheit zu gewähren, Themen ihres Interesses auf ihre Art und Weise zu definieren und präsentieren. Als Symbol für die Freiheit der Kunst findet man an der Fassade der Wiener Secession²⁷ den Wahlspruch von Ludwig Hevesi²⁸: „Der Zeit ihre Kunst, der Kunst ihre Freiheit.“

²⁴ Vgl. Matt, Gerald, Flatz, Thomas & Löderer, Judita; Kultur und Geld. Das Museum – ein Unternehmen; Kapitel 4; Wien 2001

²⁵ Vgl. Matt, Gerald, Flatz, Thomas & Löderer, Judita; Kultur und Geld. Das Museum – ein Unternehmen; Kapitel 4; Wien 2001

²⁶ Matt, Gerald, Flatz, Thomas & Löderer, Judita; Kultur und Geld. Das Museum – ein Unternehmen; Kapitel 4; Wien 2001

²⁷ Die Wiener Secession ist das älteste, ausdrücklich der zeitgenössischen Kunst gewidmete, unabhängige Ausstellungshaus in Österreich; www.secession.at; 06.01.2012

²⁸ Ludwig Hevesi (1843 – 1910), ungarisch-österreichischer Schriftsteller und Autor

2.1.3. Österreichische Pflichtschulen

In Österreich herrscht allgemeine Schulpflicht über eine Dauer von neun Jahren. Diese Schulpflicht ist im österreichischen Schulpflichtgesetz (SchPflG) geregelt und definiert sich wie folgt:

§ 1 SchPflG Personenkreis

„Für alle Kinder, die sich in Österreich dauernd aufhalten, besteht allgemeine Schulpflicht nach Maßgabe dieses Abschnittes. Unter Kindern im Sinne dieses Bundesgesetzes sind Minderjährige zu verstehen, die nach Maßgabe dieses Abschnittes schulpflichtig oder zum Besuch einer allgemeinbildenden Pflichtschule berechtigt sind.“²⁹

§ 2 SchPflG Beginn der allgemeinen Schulpflicht

„Die allgemeine Schulpflicht beginnt mit dem auf die Vollendung des sechsten Lebensjahres folgenden 1. September.“³⁰

§ 3 SchPflG Dauer der allgemeinen Schulpflicht

„Die allgemeine Schulpflicht dauert neun Schuljahre.“³¹

Die Erfüllung der allgemeinen Schulpflicht in Österreich laut Schulpflichtgesetz wird durch den Besuch folgender Schulformen und Schulstufen abgedeckt:

- ◆ in den ersten vier Schuljahren: durch den Besuch der Grundschule (Volksschule) oder Sonderschule;
- ◆ im 5. bis 8. Schuljahr: durch den Besuch der Hauptschule, der allgemeinbildenden höheren Schule, der Volksschule oder einer Sonderschulstufe;
- ◆ im 9. Schuljahr: durch den Besuch der Polytechnischen Schule oder durch den Besuch/ Weiterbesuch einer mittleren beziehungsweise höheren Schule oder den Weiterbesuch einer Volks-, Haupt- oder Sonderschule, sofern deren Lernziel noch nicht erreicht worden ist.³²

²⁹ <http://www.jusline.at/index.php?cpid=ba688068a8c8a95352ed951ddb88783e&lawid=91&paid=1&mvpa=0;>
§1 SchPflG Personenkreis, 16.12.2011

³⁰ <http://www.jusline.at/index.php?cpid=ba688068a8c8a95352ed951ddb88783e&lawid=91&paid=2&mvpa=1;>
§2 SchPflG Beginn der allgemeinen Schulpflicht; 16.12.2011

³¹ <http://www.jusline.at/index.php?cpid=ba688068a8c8a95352ed951ddb88783e&lawid=91&paid=3&mvpa=2;>
§3 SchPflG Dauer der allgemeinen Schulpflicht; 16.12.2011

³² vgl. http://www.bmukk.gv.at/schule/bw/ueberblick/bildungswege_aps.xml, 16.12.2011

Grundschule/Volksschule

Die Grund- beziehungsweise Volksschule umfasst die ersten vier Schuljahre geteilt in die Grundstufe I (1. und 2. Schulstufe) und die Grundstufe II (3. und 4. Schulstufe). Sie hat die Aufgabe, eine für alle Schüler gemeinsame Elementarbildung zu vermitteln. Dabei soll den Schülern eine grundlegende und ausgewogene Bildung im sozialen, emotionellen, intellektuellen und körperlichen Persönlichkeitsbereich ermöglicht werden.³³

Sonderschule

In der Sonderschule soll den Kindern und Jugendlichen vor allem eine der Volksschule oder Hauptschule entsprechende Bildung vermittelt werden.

Das österreichische Schulorganisationsgesetz unterscheidet bei diesen Schulen bis zu zehn verschiedene Sonderschulsparten, die auf die Bildungserfordernisse einzelner Behinderungsarten ausgerichtet sind. In der Regel umfasst diese spezielle Schulform acht Schulstufen, die Schüler und Schülerinnen bis zu insgesamt zwölf Schuljahre besuchen können.

Hauptaufgabe dieser Schulen ist die Hilfestellung beim Erwerb von Wissen, bei der Entwicklung von Kompetenzen und bei der Vermittlung von Werten mitzuwirken sowie Lernprozesse und Lernbedingungen zu schaffen. Innerhalb der Schulgemeinschaft sollen die Schülerinnen und Schüler Schlüsselqualifikationen entwickeln, die die Gestaltung ihres individuellen Lebens und die Teilnahme am gesellschaftlichen Handeln ermöglichen.³⁴

Hauptschule

„Die Hauptschule hat die Aufgabe, innerhalb von vier Jahren eine grundlegende Allgemeinbildung zu vermitteln. Sie soll Schülerinnen und Schüler je nach Interesse, Neigung, Begabung und Fähigkeit auf das Berufsleben vorbereiten und sie zum Übertritt in mittlere und höhere Schulen befähigen.“³⁵

Bezeichnet werden die vier Schulstufen der Hauptschule als Sekundarstufe I. Nach Abschluss dieser Stufe ist der Schüler, die Schülerin berechtigt, die Sekundarstufe II zu besuchen. Diese schließt mit der Matura ab und ermöglicht ein Studium an einer Universität oder Fachhochschule.

³³ Vgl. <http://www.bmukk.gv.at/schulen/bw/abs/hs.xml>; 28.12.2011

³⁴ Vgl. <http://www.cisonline.at/index.php?id=345&L=1%2F%3Fpage%3D>; 28.12.2011

³⁵ <http://www.bmukk.gv.at/schulen/bw/abs/hs.xml>; 16.12.2011

Allgemeinbildende höhere Schule

Das Ziel der allgemeinbildenden höheren Schule, kurz AHS, ist die Vermittlung einer umfassenden und vertiefenden Allgemeinbildung und damit die Schaffung der für ein Universitätsstudium nötigen Voraussetzung. Die AHS gliedert sich in Unterstufe (4 Schulstufen der Sekundarstufe I) und Oberstufe (4 Schulstufen der Sekundarstufe II).³⁶

Die ersten vier Schulstufen der AHS können Schüler und Schülerinnen, wie auch schon erwähnt, in der Hauptschule absolvieren und dann in der Sekundarstufe II in die allgemeinbildende höhere Schule wechseln.

Polytechnische Schule

„Die einjährige Polytechnische Schule wird primär von jenen 14- bis 15-jährigen Schülern als 9. Schulstufe genutzt, die unmittelbar nach der allgemeinen Schulpflicht einen Beruf erlernen wollen. Die Schüler sollen je nach Interesse, Neigung, Begabung und Fähigkeit zu einem möglichst qualifizierten Übertritt in die duale Berufsausbildung (Lehrlingsausbildung) sowie in weiterführende Schulen befähigt werden.“³⁷

Modellversuch: Neue Mittelschule

Derzeit wird in Österreich die Einführung einer neuen Mittelschule erprobt. Diese richtet sich an die schulpflichtigen Kinder der 5. bis 8. Schulstufe. Das Ziel dieses Modellversuches ist die Errichtung einer gemeinsamen Schule für alle 10- bis 14-Jährigen.

Wie in der Volksschule finden hier alle Kinder und Jugendlichen eine breite Palette an Bildungsangeboten unter einem Dach. Die gemeinsame Schule zeichnet sich durch innere Differenzierung und Individualisierung aus – das heißt: Jedes einzelne Kind und dessen individuelle Fähigkeiten und Talente werden gefördert, es gibt mehr Raum für Kreativität und Entfaltung.³⁸

³⁶ Vgl. <http://www.bmukk.gv.at/schulen/bw/abs/ahs.xml>; 28.12.2011

³⁷ <http://www.bmukk.gv.at/schulen/bw/abs/pts.xml>; 28.12.2011

³⁸ Vgl. <http://www.neuemittelschule.at/hintergrundinformationen.html>; 16.12.2011

2.2. Ist-Situation

2.2.1. Desinteresse von Schülern und Lehrern

Desinteresse der Lehrer, woher?

Ein gewisses Desinteresse von Schülern und Lehrern gegenüber kulturellen Aktivitäten ist vorhanden. Besuche von zeitgenössischen Ausstellungshäusern sind für Lehrer meist nicht geeignete Lehrmethoden und Ausflugsorte zur Unterstützung des Unterrichts.

Woher kommt dieses Desinteresse der Lehrer? Wo liegt dessen Ursprung? Dies sind Fragen, die sich kulturelle Institutionen im Allgemeinen stellen müssen, um einen Wandel diesbezüglich zu erzielen. „In Bezug auf die Schule stellt Sigrun Richter³⁹ fest, dass viele Lehrkräfte noch zögern, offene Lehrmethoden anzuwenden, vielleicht weil die Forschung zu Effektivität dieser Formen unterschiedliche Ergebnisse zeigt: Offene Unterrichtsformen beeinflussen das Sozialverhalten und Arbeitsfähigkeiten positiv, in Bezug auf Faktenwissen zeigen traditionelle lehr-zentrierte Stunden bessere Ergebnisse.“⁴⁰

Die offene Unterrichtsform sowie auch das Festhalten an den traditionellen Unterrichtsmethoden und bekannten Lehrstoffen sind für Lehrer Hindernisse, zeitgenössische Ausstellungen mit ihren Schülern zu besuchen. Auch der überwiegend „veraltete“ Lehrkörper will und kann sich nicht mehr auf neue Arbeitsmethoden und Lehrinhalte einstellen. Der derzeit anlaufende Generationenwechsel im Schulsystem hat aber schon positive Spuren in der offenen Unterrichtsgestaltung angenommen und wird sich in den nächsten Jahren noch verstärken. Auch ein politisches Eingreifen in das Schulsystem betreffend alternativer Unterrichtsmethoden wäre ein Schritt in Richtung einer stärkeren kulturellen Bildung.

Eine Frage, die zentral im Raum steht, ist die Frage des allgemeinen Interesses der Lehrer an zeitgenössischer Kunst und wie man sie für diese Themen begeistern kann. Das Desinteresse der Lehrer kommt oftmals auch daher, dass die Lehrer keinen Zugang zu Informationen haben, nicht über die aktuellen Ausstellungen informiert sind und auch keine Kontakte zu den jeweiligen kulturellen Einrichtungen haben. Hier ist die Arbeit der Kunstvermittler aus Sicht der Ausstellungshäuser gefragt. Eine aktive Bewerbung und Kommunikation der Ausstellungen und der Ausstellungsinhalte in den Schulen zu betreiben. Dies führt auch zu mehr Infor-

³⁹ Sigrun Richter ist Professorin an der Universität Regensburg für Grundschulpädagogik und -didaktik.

⁴⁰ Weber, Traudel; Essay: Lernen in der Schule und Lernen im Museum: Welche Methoden fördern aktives Lernen am besten?; München 2009

mationsfluss und kann somit die Aufmerksamkeit der Lehrer wecken. Das System von Kroeber-Riel kann bei der Information der Lehrer gut hinterfragt werden. Ist ein Interesse da? Haben die Lehrer die entsprechenden Unterlagen?

Auch der teilweise schwierige Unterricht durch pubertierende, hyperaktive Schüler, einen eventuell undisziplinierten Klassenverband und das allgemeine Desinteresse der Schüler lassen viele Lehrer schon vorab den Keim der Idee eines Ausfluges in ein Ausstellungshaus erstickern. Lohnt sich der Aufwand, selbst Zeit zu investieren, um die Thematik für den Unterricht aufzubereiten? Lohnt es sich, einen Ausflug zu planen, wenn der Klassenverband oder einzelne Schüler sich als schwierig erweisen? Wie werden sich die Schüler während des Ausfluges verhalten? Finde ich eine weitere Lehrperson, die mich auf diesen Ausflug begleitet, wie es gesetzlich⁴¹ vorgeschrieben ist?

Desinteresse der Schüler, woher?

Die Ansichten der Schüler gehen sehr weit auseinander. In einer Schulklasse sind bis zu 25 Schüler⁴², damit treffen hier auch 25 verschiedene Personentypen und Interessen aufeinander. Diese stehen während des Unterrichts dem Lehrplan und den persönlichen Interessen des Lehrers gegenüber. Nicht alle Schüler sind für dasselbe Thema gleichermaßen zu begeistern. Daher kommt die Prägung der Interessen und vor allem die Vorbildwirkung des Elternhauses, in weiterer Linie auch der Institution Schule, zu tragen. Durch engagiertes Lehrpersonal können Schüler auf Thematiken aufmerksam gemacht werden, zu denen sie nicht in ihrem alltäglichen Leben Zugang haben. Dadurch könnte ein Interesse an Kunst und Kultur geweckt werden, ein Einstieg zur zeitgenössischen Kunst forciert und die persönliche Entwicklung im Bereich der kulturellen Bildung gefördert werden.

Die Motivation der Kinder hängt auch von der Vermittlung des Lehrstoffes ab, hier kommen auch wieder die persönlichen Präferenzen der Lehrer zu tragen. Themen, für die sich eine Lehrperson mehr interessiert beziehungsweise die zu den Vorlieben und Hobbys der jeweiligen Lehrperson zählen, werden von ihnen im Unterricht auch dementsprechend vermittelt. Themen, die schon auf Desinteresse des Lehrers stoßen, werden auch im Unterricht nur als Pflicht der Vermittlung gesehen, da es im Lehrplan steht.

⁴¹ Lt. §13 SchUG, Schulveranstaltungen und §13a SchUG, Schulbezogene Veranstaltungen; <http://die-steirische-lehrerververtretungen.at/Service/azpages/schulveranstaltungen.htm>; 29.01.2012

⁴² Lt. §14 SchOG für Volksschulen und §21 SchOG für Hauptschulen; http://www.jusline.at/14_Klassensch%C3%BClerzahl_SchOG.html, 09.01.2012

Das Desinteresse der Schüler rührt auch daher, dass die Ausstellungen meist nicht an das Alter und den Wissensstand der Schulstufe angepasst sind. Zeitgenössische Ausstellungen sind meist wissenschaftlich aufbereitet und auf die Bildung erwachsener Personen abgestimmt. Deshalb ist es für Schüler schwer, alleine dieser Thematiken gerecht zu werden. Schule und Lehrer sind bei der Verbindung kultureller Bildung und zeitgenössischer Ausstellungen die Schlüsselpersonen. Eine altersgerechte Aufbereitung der Inhalte von Lehrern in Kombination mit den Kunstvermittlern eines Ausstellungshauses können die Themen kindgerecht vermitteln.

Ein weiteres Problem ist, dass Schüler einen Ausflug in ein Ausstellungshaus oder in ein Museum immer als Freizeit sehen. Unterrichtsstunden fallen aus, sie müssen nichts leisten und zeigen bei Ausflügen Desinteresse. Vor allem der im Klassenverband geprägte allgemeine Widerstand gegen eine bestimmte Lehrperson kann ein voreilendes generelles Desinteresse bei Schülern auslösen. Das Nicht-dabei-sein oder das Ausgeschlossen-werden vom Klassenverband lässt viele Jugendliche schon von Beginn an eigene Interessen unterdrücken und sich an die Interessen des Klassenverbandes anknüpfen. Daher ist es auch von dieser Sichtweise für die jeweiligen Lehrer immer sehr mühsam, die Schüler zu motivieren und über den Ausflug im Vorfeld zu informieren.

Ausstellungsbesuch aus Sicht der Institution Schule

Die Lust auf Kunst und Kultur, der Mut sich auf neue Formen der kulturellen Bildung einzulassen sind wesentliche Punkte, um einen Zugang zum kulturellen Leben zu gewinnen. Motivation und Interesse zu wecken, sind daher wichtige Schlagwörter, um ein verankertes Desinteresse im Schulwesen abzubauen beziehungsweise nicht mehr aufkommen zu lassen.

Auf der einen Seite ist, aus Sicht der Institution Schule, ein Ausstellungsbesuch eine alternative Unterrichtsmethode und ermöglicht dem Lehrpersonal auch andere Sichtweisen den Schülern zu präsentieren und in den Unterricht einfließen zu lassen. Sie müssen nicht nur auf die in der Schule möglichen Unterrichtsmaterialien zurückgreifen, sondern können auch einen praxisorientierten Ansatz anhand reeller Projekte wählen und den Schülern präsentieren. Andererseits spiegelt sich der Stellenwert der künstlerischen Fächer im Stundenausmaß wider. Sparmaßnahmen beziehungsweise die Berufsorientierung oder Schwerpunktlegung vieler Schulen zwingen auch Schulen zu Kürzungen.⁴³

⁴³ Vgl. Egermann, Eva & Pritz, Anna; school works. Beiträge zu vermittelnder, künstlerischer und forschender Praxis; Wien 2009

Die Rolle der Eltern

Die Einbindung der Eltern und Elternvertreter im Rahmen der Planung von Schulausflügen ist auch ein wichtiger Punkt. Wenn die Eltern nicht über die Hintergründe der Aktivitäten informiert sind, können Sie bei ihren Kindern vorab schon ein Desinteresse bezüglich des Ausstellungsbesuches oder allgemein eines Schulausfluges schüren. Die Schüler gehen somit schon mit einer negativen Einstellung zu den Ausflügen und können sich im Zusammenschluss mit anderen Schulkollegen eine solche Aktivität negativ beeinflussen und es dem Lehrer sehr schwer machen. Eine positive Rückmeldung der Eltern betreffend diverser Ausflüge sollte vorhanden sein. Diese Einstellung ist aber in heutiger Zeit sehr schwer zu bekommen, da sich die Eltern meist nicht für die Schule interessieren und auch nicht die Zeit dafür investieren wollen.

2.2.2. Sprachliche Barriere

Was bewirken Texte in den Ausstellungen?

Kein Besucher geht in ein Museum oder in eine Ausstellung, um dort die Texte zu lesen. Ausstellungstexte werden bestenfalls als Begleitscheinung in Kauf genommen.⁴⁴ Aber trotzdem sind sie ein Kommunikations- und Vermittlungsinstrument, um den allgemeinen Inhalt und den gedanklichen Hintergrund der Ausstellung an Besucher weiterzugeben. Weiters dienen die Texte als Nachlesewerk bezüglich der Ausstellungsthematik, sie sind für Besucher zwar nicht zwingend notwendig, aber dienen dennoch als kleine Hilfestellung zum Verständnis der Ausstellungsthematik.

Ausstellungstexte sind somit keine Werbetexte, sondern wissenschaftliche Publikationen, die für ein besonderes Zielpublikum konzipiert werden.⁴⁵ Das Zielpublikum besteht im Großen und Ganzen aus Laien und Personen, die sich sehr wohl für die Ausstellungsthematik interessieren und eventuell einen guten Zugang zur ausgestellten Kunst besitzen. Dies sollte aber nicht die grundlegende Voraussetzung sein, um die Ausstellung zu verstehen. Viele Museen und Ausstellungshäuser haben immer wieder Probleme, diese Texte, seien es Wandtexte, Bereichstexte in den Ausstellungen oder Texte in den ausstellungsbegleitenden Katalogen, in der Sprache der Besucher zu schreiben. So verfehlen Texte, die nur für Fachwissenschaftler und Kuratoren verfasst sind und die Mehrzahl der Besucher nicht erreichen, im Sinne der Besucherorientierung ihr Ziel. Der Bezug zu Texten hängt auch immer von der Besuchersituation ab. Das Leseverhalten ist sehr unterschiedlich, je nachdem ob die Besucher allein, zu zweit, mit der Familie, mit Freunden oder in größeren Gruppen kommen. Auch geschlechts- und altersspezifische Unterschiede beim Lesen sind eindeutig festzumachen.⁴⁶

Generell dienen die Texte zu den Ausstellungen, seien es Presstexte, Texte auf Foldern und in Anzeigen sowie auch in Artikeln in Zeitungen und Zeitschriften als Türöffner für einen Ausstellungsbesuch. Diese sind die Erstinformation für zukünftige Besucher und sollen Interesse bei den Besuchern wecken. Wenn der zukünftige Besucher den Inhalt der Nachricht nicht entschlüsseln kann, ist die Wahrscheinlichkeit eines Besuches der Ausstellung voraussichtlich ausgeschlossen. Dies gilt auch für den Besuch von Lehrern und Schülern. Bei den

⁴⁴ Vgl. Dawid, Evelyn & Schlesinger, Robert; Texte in Museen und Ausstellungen, Artikel: Zwischen Dogma und Häresie – Texte im Museum – pro und contra; Bielefeld 2002

⁴⁵ Vgl. Dawid, Evelyn & Schlesinger, Robert; Texte in Museen und Ausstellungen, Artikel: Zwischen Dogma und Häresie – Texte im Museum – pro und contra; Bielefeld 2002

⁴⁶ Dawid, Evelyn & Schlesinger, Robert; Texte in Museen und Ausstellungen, Artikel: Zwischen Dogma und Häresie – Texte im Museum – pro und contra; Bielefeld 2002

Jugendlichen sind eine ansprechende kind- beziehungsweise altersgerechte Grafik und Bildgestaltung bei Werbematerialien auch ein Schlüssel zum Wecken von Interesse und für einen Zugang zu den Ausstellungen.

Lehrer und die Ausstellungssprache

Da, wie schon erwähnt, die Texte in den Ausstellungen und den ausstellungsbegleitenden Katalogen eher wissenschaftlich ausgerichtet sind, ist es für viele Lehrer ein sehr großer Aufwand, sich in die Themen der Ausstellung einzuarbeiten. Eine Aufarbeitung der Thematik der jeweiligen Ausstellung für den Unterricht ist daher immer mit einem sehr großen Zeitaufwand verbunden. Wenn die jeweilige Lehrperson nicht kundig und interessiert an der Materie der zeitgenössischen Kunst ist, wird die Unterrichtsvorbereitung meist zu einem enormen Zeitaufwand. Als ersten Schritt muss sich die Lehrperson selbst in die Ausstellungsthematik einarbeiten und dann die Thematik an das sprachliche Niveau der jeweiligen Schulstufe und Reife der Schüler anpassen.

Oftmals sind die Ausstellungshäuser auch nicht auf die Sprache der Institution Schule und die verschiedenen altersbezogenen, sprachlichen Fähigkeiten und Ausdrucksformen der Schüler vorbereitet. Problematisch dabei ist auch, dass die allgemeinen Texte in Ausstellungshäuser oft stiefmütterlich behandelt und erst kurz vor der Ausstellungseröffnung fertiggestellt werden. Dies bedeutet auch, dass die Kunstvermittler nicht die Zeit und Mühe investieren, für Schulen spezielle Texte als unterstützendes Unterrichtsmaterial vorzubereiten.

Ein weiteres Problem ist, wenn schulgerechte Texte in Ausstellungshäusern vorhanden sind, aber die Kommunikation und der Informationsfluss zwischen den Institutionen fehlen. Das Lehrpersonal oder die Institution Schule können nicht wissen, dass speziell auf die Schüler zugeschnittene Texte existieren, wenn sie vom Ausstellungshaus, sprich der Kunstvermittlungsabteilung nicht informiert werden.

Schüler und die Ausstellungssprache

Die im oberen Abschnitt thematisierten Probleme der Kommunikation und sprachlichen Herausforderung von Ausstellungstexten treffen auch auf die Schüler zu. Die Erarbeitung von Ausstellungsthematiken durch die Schüler ohne Hilfe des Lehrpersonals ist nicht möglich. Texte in der Ausstellung sind, wie schon erwähnt, wissenschaftliche Essays. Diese sind auf ein Fachpublikum und nicht auf Kinder und Jugendliche ausgerichtet. Botschaften müssen in erster Linie durch Fotos und grafische Gestaltung vermittelt werden. Texte, die als Informati-

onsträger gleichwohl unverzichtbar sind, haben in diesem Zusammenhang auf das Äußerste reduziert zu sein.⁴⁷

Speziell auf Kinder spezialisierte Museen zum Beispiel das ZOOM Kindermuseum⁴⁸ in Wien oder das FRida & freD Kindermuseum⁴⁹ in Graz können für zeitgenössische Ausstellungshäuser als Vorbild dienen. Hier sind die Informationsmaterialien wie Folder, Ausstellungstexte und Programme speziell auf Kinder und Jugendliche ausgerichtet.

Die Körpersprache des Ausstellungshauses

Auch das Ausstellungshaus selbst, das Gebäude, kommuniziert nach außen. Viele Institutionen haben für Schüler immer noch das Image des „verstaubten“ Museums. Kinder und Jugendliche sind meist von bunten und verzierten Fassaden begeistert und fühlen sich von ihnen angezogen. Historische Gebäude oder kahle moderne Gebäude sind für Schüler meist nicht so attraktiv und lassen nicht den Wunsch hegen, sich näher damit zu beschäftigen.

Kommunikation – Problem Sprache

Zwischen Sender und Empfänger keine deutliche Nachrichtenübermittlung, da die Nachricht vom Empfänger richtig entschlüsselt werden kann und teilweise auch mit den falschen Kommunikationsmitteln übertragen wird. Es muss darauf geachtet werden, dass die Nachricht vom Empfänger entschlüsselt werden kann. Daher ist das sprachliche Niveau an die Zielgruppe anzupassen. Schulen und Schüler gehören für ein Ausstellungshaus zu einer der größten Zielgruppen, da hier ein Interesse bei den Schülern geweckt und so früh als möglich eine Kundenbindung an das eigene Haus forciert werden kann. Daher sollten die Texte und Werbungen für das entsprechende Ausstellungshaus auch an das Zielpublikum angepasst beziehungsweise von den Werbematerialien an die breite Masse differenziert werden. Viele der Institutionen bemühen sich bereits, ein passendes Angebot für die Zielgruppe zu erstellen, meist ist es aber noch nicht genug, um ein richtiges Interesse beim Empfänger zu forcieren.

⁴⁷ Vgl. Dawid, Evelyn & Schlesinger, Robert; Texte in Museen und Ausstellungen. Ein Praxisleitfaden; Bielefeld 2002

⁴⁸ ZOOM Kindermuseum im Museumsquartier wurde 1994 als erstes österreichisches Kindermuseum gegründet; <http://www.kindermuseum.at/index>; 20.01.2012

⁴⁹ FRida & freD sieht sich als junges, innovatives und kreatives Museum, das auf Qualität Wert legt, ständig in Bewegung ist und bewegen will; <http://www.fridaundfred.at/>; 20.01.2012

2.2.3. Gewalt, Kriminalität und Sexualität in der Ausstellung

Oftmals sind die zeitgenössischen Ausstellungen auch sehr geprägt von Themen der Gewalt, Kriminalität und Sexualität und aus diesem Grund auch nicht so sehr für österreichische Pflichtschüler geeignet. Im Bezug auf diese Thematik gibt es verschiedene Ansätze, warum ein Besuch von Schulklassen in den Ausstellungen nicht angedacht ist.

An erster Stelle stehen die grundsätzliche Ablehnung und das Desinteresse der Lehrperson an den Ausstellungen und daran, sich vorab über den genauen Inhalt und den Aufbau der Ausstellungen ein Bild zu machen. Sobald der Titel der Ausstellung einen Hinweis auf sexuelle oder gewalttätige Themen mitklingen lässt, interessieren sich die Lehrer nicht weiterhin für die Ausstellung. Dennoch könnte man sie anhand von einer Lehrerführung oder durch Lehrerinformationen zur Thematik informieren und auf einen etwaigen Besuch mit den Schülern vorbereiten. Viele Institutionen achten bereits sehr penibel darauf, dass besonders obszöne Kunstwerke so präsentiert werden, dass die Ausstellung trotzdem für Schüler und Schulgruppen zugänglich gemacht wird. Diese Bereiche in der Ausstellung werden dann auch schon bewusst von den Kunstvermittlern in den Führungen ausgespart.

Im allgemeinen Befürchten die Lehrpersonen, dass diese Ausstellungen schwere psychische Schäden bei den Kindern bewirken können, wenn diese noch nicht die Reife und das Wissen für die Auseinandersetzung mit diesen Themen haben. Dennoch sind die Schüler immer wieder von diesen Themen im Alltag umgeben. Sei es in den Nachrichten im Fernsehen und Radio sowie auch in Zeitungen und auf Internetseiten. Brutalitäten, Katastrophen, Naturkatastrophen, Gewalt, Sexualität und Verbrechen sind schon immer dominante Themen in den Nachrichten gewesen. Viele Künstler der Vergangenheit sowie auch der Gegenwart setzten sich mit diesen Themen auseinander. Kunst und Gewalt sind somit eng verbunden.

Auch wenn es normal sein mag, in der Grundschule über Schwangerschaft und Geburt zu sprechen, und in der Sekundarstufe etwas über Verhütungsmethoden zu erfahren, ein „normales“ Thema in den Schulen ist Sexualität deshalb noch lange nicht. Das ist so (und muss vielleicht so sein), weil das Sexuelle auch in unserer Gesellschaft nicht „normal“ ist.⁵⁰

⁵⁰ Vgl. Schmidt, Renate-Berenike & Sielert, Uwe; Handbuch Sexualpädagogik und sexuelle Bildung; München 2008

Generell kann die schulische Sexualerziehung ihre Ansprüche oftmals nicht einlösen, tatsächlich sind Aus- und Fortbildungen der Lehrkräfte nach wie vor mangelhaft und tatsächlich ist die Umsetzung von Erlassen und Richtlinien kaum.⁵¹

Ein weiteres Problem ist nicht nur die Auseinandersetzung mit Themen der Gewalt, Kriminalität und Sexualität, sondern auch die Verbindung der Künstler und Kunstschaffenden zur Drogenszene. Diese ist auch sehr in den Köpfen von Lehrern und auch von Eltern verankert. Das „Anderssein“ des Künstlers löst bei vielen Personen noch eine negative Assoziation aus. Dies rührt meist daher, dass kein Verständnis für die Kunst und Künstler in den Köpfen der Menschen vorhanden ist und auch die Bereitschaft nicht gegeben ist, sich mit diesen Themen auseinanderzusetzen. Diese Vorstellung von der, überspitzt ausgedrückt, Drogensucht und Abnormität der Künstlerszene schreckt viele Lehrer ab, mit ihren Schülern eine Ausstellung zu besuchen und mit Künstlern in Kontakt zu treten. Sie wollen die Kinder beschützen und ihnen nicht unnötigen Stress aufbürden.

⁵¹ Vgl. Schmidt, Renate-Berenike & Sielert, Uwe; Handbuch Sexualpädagogik und sexuelle Bildung; München 2008

2.3. Vision

2.3.1. Die Schule im Museum

Brauchen Kinder Kunst? – Kinder brauchen Kunst!

„Kulturvermittlung kann Kinder und Jugendliche befähigen, sich mit Kunst, Kultur und Alltag phantasievoll auseinanderzusetzen, kann gestalterisch-ästhetisches Handeln fördern und Wahrnehmungsfähigkeit entwickeln, Urteilsvermögen stärken, Mitgestaltung der Gesellschaft ermutigen.“⁵²

Um dieser Entwicklung der Schüler die nötige Unterstützung zu gewährleisten, sind Besuche von Ausstellungen aller Art sehr sinnvoll, auch das Kennenlernen der unterschiedlichsten Museen und Ausstellungshäuser gehören zur kulturellen Bildung.

Damit die Schüler einen Zugang zu den Ausstellungshäusern finden, müssen sie informiert werden. Als Ansatz kann die Institution Schule für kulturelle Institutionen sehr nützlich sein. Hier erreichen sie ein breites, teils unvoreingenommenes Publikum, das in kultureller Bildung noch sehr geprägt werden kann. Als erste Vermittler werden die Lehrpersonen von den Ausstellungshäusern als Ansprechperson herangezogen. Daher ist eine gute Betreuung der Lehrer in den Institutionen sehr ausschlaggebend dahingehend, ob diese mit ihren Schülern die Ausstellungsthematiken besprechen und eventuell auch die Ausstellungen besuchen. Letzteres sollte das große Ziel des jeweiligen Ausstellungshauses sein.

Schul- und Lehrerinformation

Wie schon oben erwähnt, ist die Information der Schule und des Lehrpersonals die erste Stufe zur Gewinnung neuer Zielgruppen.

Fortbildungsangebote für Lehrer, die als Multiplikatoren eine große Rolle spielen, sind wichtig für Ausstellungshäuser. Wenn Lehrern und Schulen die Möglichkeiten geboten werden, die Lehrer auf die Ausstellungsthematiken vorzubereiten, sind diese umso mehr bereit, dieses erworbene Wissen an ihre Schüler weiterzugeben. Die gute Betreuung der Lehrer im Ausstellungshaus durch das Personal, insbesondere von den Kunstvermittlern, und eine angenehme Atmosphäre sind fördernde Indikatoren, dass sich die Lehrer mit ihren Schülern während des Besuches des Ausstellungshauses und der Ausstellungen gut aufgehoben fühlen.

⁵² Mandel, Birgit; Kulturvermittlung zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Eine Profession mit Zukunft; Bielefeld 2005

Ein weiterer wichtiger Punkt ist auch die Vorbereitung der Materialien für die Lehrer und Schüler. Eine altersgerechte Aufarbeitung von ausstellungsbegleitenden Lehrmaterialien unterstützt die Lehrer in der Vorbereitung der Ausstellungsthematik im Unterricht und fördert somit einen leichteren Zugang zum Ausstellungshaus.

Erwartungen des Ausstellungshauses

Erwartungen gehen bei einem Besuch von Schulen auch von einem Ausstellungshaus aus. Wie reagiert das Publikum auf den Ausstellungsinhalt? Können Schüler für diese Thematik begeistert werden? Oder auf welche Art und Weise können Schüler begeistert werden? Ziel eines Ausstellungshauses ist auch, den Aufenthalt einer Schulklasse so spannend als möglich zu gestalten, um einen positiven Eindruck und eine Bindung zum Haus herstellen zu können.

Lehrerführungen

Angebote Lehrerführungen im Ausstellungshaus müssen gut vorbereitet sein, die Einladungen auch dementsprechend gestaltet werden.

Eine angenehme, nicht allzu lange, aber sehr informative Führung von den Kunstvermittlern des Ausstellungshauses durch die Ausstellung ist ein wichtiger Punkt in der Kommunikation zwischen der Institution Schule und dem Ausstellungshaus.

Vor allem ist dabei zu beachten, dass den Lehrern die Informationen zur Ausstellung schon so präsentiert werden, damit sie diese auch leicht an ihre Schüler weitervermitteln können und die Vorbereitung der Kinder für die Führung durch den Lehrer erleichtert wird. Ein entscheidender Punkt ist in diesem Zusammenhang auch, dass die Lehrer mit Informationsmaterialien zu den Ausstellungen, zum Beispiel mit einem allgemeinen Text, einigen Bildern und einer Kurzbeschreibung der möglichen Führungsschwerpunkte durch die Ausstellung versorgt werden. Kurz: Lehrerinformationsmappe als Grundlage zur Unterrichtsvorbereitung.

Ein wichtiger Faktor bei der Lehrerinformation ist auch die Kommunikation der Ansprechperson im jeweiligen Ausstellungshaus. Der direkte Kontakt mit den Kunstvermittlern kann positiv auf die Lehrer wirken, da sie das Gefühl bekommen, rundum in dieser Institution gut betreut zu sein und immer eine Ansprechperson zu haben, auf die sie zurückgreifen können, als Informationsquelle bezüglich der laufenden Ausstellungen und darin beteiligter Künstler. Als ein weiterer Punkt in der Kommunikation kann auch die Verbindung zwischen Lehrern und Kunstvermittlern stehen, die nicht direkt die laufenden Ausstellungen betreffen, sondern auch als Auskunftspersonen fungieren über generelle Themen der zeitgenössischen Kunst.

Schüler in der Ausstellung

Das Ausstellungshaus braucht vor dem Besuch von einer Schulklasse die Informationen der Schulstufe und des vom Lehrer gewünschten Lehrinhaltes. Somit kann eine gute Kombination aus Information und „Event“ von den Kunstvermittlern getroffen werden. Auch die eingesetzten Medien während der Führung können für Kinder somit spannend gestaltet werden. Eine klassische Führung im Stile der Frontalinformation ist meist nicht sehr effektiv. Schüler müssen und wollen auch aktiv mitarbeiten. So ist eine Wahl der unterschiedlichsten Medien unabdingbar.

Beispiele interaktiver Führungen:

- Die Schüler werden in Gruppen aufgeteilt und je Gruppe gibt es eine Fragestellung zum Ausstellungsthema. Diese kann dann durch einen Alleingang in der Ausstellungshalle von den Kindern erkundet und hinterfragt werden. Nach einer gewissen Zeit werden die Fragen gemeinsam mit den Kunstvermittlern besprochen und erarbeitet. Hier können die Schüler in Zusammenarbeit mit dem Museumspersonal Hintergrundinformationen erhalten und auch ihre eigenen Impressionen zu den Kunstwerken kundtun. Ein aktiver Austausch fördert die Kreativität der Schüler. Offene Fragen zu gewissen Themen können somit auch geklärt und auch eine Verbindung in den eigenen Alltag hergestellt werden. Somit gibt es einen regen Austausch und auch die Kunstvermittler bekommen Rückmeldungen, welche Themen bei der Jugend gerade aktuell sind.

- Eine weitere Möglichkeit ist die Vermittlung der Ausstellungsthematik per AudioGuide. Diese Guides erweisen sich als gutes Lehrmedium besonders in den Bereichen Kunst und Kultur. Bei der Nutzung von AudioGuides müssen die auditiven Informationen zusammen mit den visuellen Eindrücken wahrgenommen und verarbeitet werden. Somit können durch AudioGuides Lehrinhalte vermittelt werden.⁵³ „Vor allem Jugendliche haben inzwischen Erfahrung im Umgang mit digitalen Hörmedienangeboten (z. B. digitale Hörbücher oder Podcasts). Dabei setzen sich vor allem MP3-Player als neuer digitaler Datenträger von Hörmedienangeboten bei der jüngeren Generation durch.“⁵⁴ Durch die Form des AudioGuides kann den Schülern ein kurzer Einblick in die Ausstellung

⁵³ Vgl. Eder, Martina; Ein Konzept zur Erstellung nutzergenerierten AudioGuides als Lehrmedium, Diplomarbeit; Neu-Ulm 2009; <http://www.hausarbeiten.de/faecher/vorschau/134842.html>; 17.01.2012

⁵⁴ Eder, Martina; Ein Konzept zur Erstellung nutzergenerierten AudioGuides als Lehrmedium, Diplomarbeit; Neu-Ulm 2009; <http://www.hausarbeiten.de/faecher/vorschau/134842.html>; 17.01.2012

und in das dahinterliegende Thema gegeben und auf spezielle Werke eingegangen werden. Hier besteht dann auch im Anschluss an die AudioGuide-Führung die Möglichkeit, eine Diskussion mit dem jeweiligen Kunstvermittler zu forcieren, um noch offene Fragen und angesprochene Themen auf Basis der zeitgenössischen Kunst zu diskutieren.

- Der Blick hinter die Kulissen einer Kunstinstitution kann für Schüler interessant sein. Wie funktioniert ein Ausstellungshaus? Was ist bei der Themenauswahl für die Ausstellungen zu beachten? Wie kommen die Kunstwerke in die Institution? Welcher mediale Aufwand ist mit einer Ausstellung verbunden? Dies sind nur einige Fragen, die in einer Führung mit Blick hinter die Kulissen geklärt werden können. Meist ist es für Schüler interessanter zu erfahren, wie die Abläufe in einer Institution sind, als die Objekte selbst zu betrachten. Als eine Kombination von Vermittlung des Inhaltes der Ausstellung und der Vermittlung von Hintergrundinformation zur Ausstellungsorganisation kann auch eine Führung gesplittet werden. Im ersten Teil gibt es eine inhaltliche Einführung in die Ausstellungsthematik mit einer Überblicksführung und der zweite Teil besteht aus der Geschichte, wie ein spezielles Werk in die jeweilige Ausstellung der Institution gekommen ist und was dabei alles beachtet werden musste. Damit wird den Schülern auch der Aufwand, der hinter einer Ausstellung steckt, bewusst gemacht und auch die wissenschaftliche Arbeit dahinter kommuniziert. Die Ausstellungssprache beziehungsweise die Sprache der Kulturinstitution kann den Schülern bei solch einer Führung vermittelt werden. Hier können Fragen und Begrifflichkeit der Tätigkeitsfelder von Kuratoren, Produktionsleiter, Künstler der unterschiedlichsten Kunstrichtungen und Epochen erklärt werden.

Die drei nun beispielhaft genannten Möglichkeiten der Kommunikation vom Ausstellungshaus zu den Schülern basieren immer auf dem Alter und der Schulstufe. Bevorzugt sollte hier die Sekundarstufe I gewählt werden und auch überleitend in die Sekundarstufe II weiterentwickelt werden. Für die Grundstufe ist ein spielerischer Ansatz zu bevorzugen, da die Aufnahmefähigkeit und das Verständnis für inhaltliche Themen noch nicht so stark geprägt sind. Dies sollte aber, wie schon oben erwähnt, in einem Vorgespräch mit der jeweiligen Lehrperson, die die Schüler schon länger begleitet und vom Unterricht her kennt, geklärt werden. Somit erreicht man einen optimalen Zugang zu den Schülern und kann den Großteil des Klassenverbandes begeistern.

Als Vorschlag für die Grundstufe, aber auch für die Sekundarstufe, könnte ein spielerischer Ansatz im Rahmen eines Kinderkünstlerateliers im zeitgenössischen Ausstellungshaus angedacht werden, wenn dies eine räumliche Möglichkeit für solch ein Atelier hat. Übergangsweise könnten auch leerstehende Nebenräume vorübergehend in ein Atelier umgewandelt werden. Dies ist aber wirklich nur als eine vorübergehende Lösung angedacht. Das Atelier sollte eine fixe Installation mit den nötigen kindergerechten Einrichtungsgegenständen und Stauräumen sein und kein Zwischenraum. Es ist ein Platz, ein Raum nötig, wo Kunst stattfinden kann. Ein Beispiel dazu findet man im Leopold Museum⁵⁵ im Wiener Museumsquartier⁵⁶, wo die Kinder Geschichten und Geheimnisse über besonders interessante Bilder des Museums erfahren. Die gesammelten Eindrücke können dann im Atelier in eigenen Kunstwerken umgesetzt werden: malen, zeichnen, kneten, formen, reißen, schneiden, drucken und kleben. Gemeinsam werden spielend kleine und große Ideen in eigene Kunstwerke umgesetzt und mit verschiedensten Materialien, Farben und Formen experimentiert.⁵⁷ Die Themen orientieren sich an den aktuellen Ausstellungen aber auch an tagesaktuellen Themen und an jahreszeitlichen Festen wie Ostern, Weihnachten, Herbstfeste und so weiter. Ein Grundprinzip liegt darin, dem Lernenden Gelegenheit zu geben, sich aktiv mit der Information auseinanderzusetzen. Das bedeutet, Situationen und Umgebung zu schaffen, die zu Eigenaktivität inspirieren.⁵⁸

Als besonderes Highlight für Schüler ist auch das Treffen von Künstlern, die selbst über die Werke in den Ausstellungen sprechen und eventuell mit den Kindern gemeinsam im Atelier arbeiten. Hier bedarf es aber einer genauen Prüfung, welche Künstler eingeladen werden und ob eine Kommunikation auf sprachlicher und inhaltlicher Basis mit der jeweiligen Altersgruppe der Schüler möglich ist. Der Aspekt, die Führungen von einem Künstler persönlich durchführen zu lassen, vermittelt wiederum einen anderen Zugang zur zeitgenössischen Kunst. Die Basis der kulturellen Bildung in den Schulen bezieht sich meist auf die Wissenschaft von der historischen Entwicklung der bildenden Künste. Sei es der Bildhauer und Maler Michelangelo Buonarroti⁵⁹ in der Renaissance, der Maler und Grafiker Pablo Picasso⁶⁰

⁵⁵ Ausstellungshaus der privaten Sammlung österreichischer Kunst der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts von Rudolf Leopold (1925–2010); <http://www.leopoldmuseum.org/de/>; 17.01.2012

⁵⁶ Wiener Museumsquartier ist eines der weltgrößten Areale moderner Kunst und Kultur. Historische Gebäude aus dem 18. und 19. Jahrhundert bilden gemeinsam mit zeitgenössischer Museumsarchitektur ein einzigartiges architektonisches Ensemble; <http://www.mqw.at/de/das+mq/ueber+das+mq/>; 17.01.2012

⁵⁷ Vgl. http://www.mqw.at/de/programm/detail/?event_id=6328; 17.01.2012

⁵⁸ Vgl. Weber, Traudel, Essay: Lernen in der Schule und Lernen im Museum: Welche Methoden fördern aktives Lernen am besten?, München 2009

⁵⁹ Michelangelo Buonarroti (1475–1564), vollständiger Name: Michelangelo di Lodovico Buonarroti Simoni war ein italienischer Maler, Bildhauer, Architekt und Dichter; vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Michelangelo>; 29.01.2012

oder der niederländische Maler und Zeichner Vincent van Gogh⁶¹, um nur ein paar Namen zu nennen. Dies sind alles verstorbene Künstler und die Vermittlung ihrer Kunstwerke basieren auf geschichtlichen Hintergrund und ein zeitgemäßer Zugang zur Kunst ist schwer zu vermitteln und auch für Kinder und Jugendliche schwer vorstellbar. Ein Aufeinandertreffen von einem zeitgenössischen noch lebenden Künstler ist somit einfacher. Der Künstler kann anhand seiner in der Ausstellung hängenden Werke eine Idee oder seine Idee, die ihn dazu bewogen hat, dieses Kunstwerk umzusetzen, den Kindern persönlich erklären. Durch das persönliche Gespräch können die Schüler aktiv an der Kunst teilnehmen und eventuelle Fragen direkt an die betreffende Person, den Künstler, richten. Somit wird auch dieser Ausstellungsbesuch für die Schüler eine spannende Erfahrung.

Museumsbibliothek

Ein Besuch in der Bibliothek eines Ausstellungshauses kann auch für Schüler sehr spannend gestaltet werden. Hier ist wieder die Eigeninitiative und Inspiration gefragt. Schüler können anhand der Bücher Ausstellungsthemen selbst erarbeiten. Somit wird der Unterricht in das Ausstellungshaus gelegt. Wichtig dabei ist nur die Beachtung von sexuellen und gewalttätigen Inhalten in den Büchern der Bibliothek. Wenn eine Institution dieses Angebot an Schulen richten möchte, sollte überlegt werden, ob es nicht sinnvoller ist, eine Bibliothek für Kinder und Jugendliche getrennt von der allgemeinen im Haus befindlichen Bibliothek zu installieren. Ein guter Platz dafür wäre auch eine Einbindung in das hauseigene Kinderkünstleratelier.

⁶⁰ Pablo Picasso (1881–1973), eigentlich Pablo Ruiz Picasso war ein spanischer Maler, Grafiker und Bildhauer; http://de.wikipedia.org/wiki/Pablo_Picasso; 29.01.2012

⁶¹ Vincent Willem van Gogh (1853–1890) war ein niederländischer Maler und Zeichner; http://de.wikipedia.org/wiki/Vincent_van_Gogh; 29.01.2012

Finanzierung

Wenn sich eine Lehrperson entschließt, mit seinen Schülern eine Ausstellung zu besuchen, haben beide Seiten, Schüler und Lehrer, eine gewisse Erwartungshaltung. Auch die Institution Schule insgesamt hat eine gewisse Vorstellung, was aus pädagogischer Sicht an sozialer und kultureller Bildung erfüllt werden soll beziehungsweise kann. Dies ist auch immer abhängig vom Alter und der Schulstufe der jeweiligen Schüler.

Der Kostenfaktor eines Ausstellungsbesuches ist auch ein Kriterium der Erwartungshaltung von der Institution Schule. Für die Kosten eines Ausfluges müssen meist die Schüler beziehungsweise deren gesetzliche Vertreter selbst aufkommen, da dies nicht vom Budget der Schule bezahlt wird oder bezahlt werden kann. Wenn Eltern dazu nicht bereit sind, kann der jeweilige Schüler nicht an diesem Ausflug teilnehmen. Eine positive Auswirkung kann hier der Elternverein der Schule haben. Mit Hilfe einer Genehmigung des Elternvereines kann der Ausflug aus den Mitgliedsbeiträgen der Eltern bezahlt werden. Dies bedarf aber einer längeren Vorlaufzeit und wird daher meist nicht in Anspruch genommen. Auf die finanzielle Unterstützung des Vereines wird eher bei größeren Projekten zurückgegriffen.

Kommunikation

Die oben genannten Kommunikationsmöglichkeiten zwischen dem Ausstellungshaus und den verschiedenen Personengruppen in der Institution Schule können auf einfache Weise auf den Kommunikationsgrundsatz von Harald Dwight Laswell übersetzt werden.

In diesem Fall kommuniziert das Ausstellungshaus, vertreten durch die Abteilung der Kunstvermittler, an den Empfänger Lehrer und in weiterer Folge an den Schüler. Der Inhalt der Botschaft betrifft meist die aktuell laufende Ausstellung oder spezielle Vorträge und Veranstaltungen in der Institution. Je nachdem was an die Lehrer und Schüler kommuniziert wird, werden die entsprechenden Medien der Kommunikation eingesetzt. Eine Einladung zur Lehrerführung geht zum Beispiel über eine Präsentationsmappe an die Lehrer per Post. Die Einladung zu einem Besuch der Bibliothek und des Kinderateliers erfolgt möglicherweise über das Internet, per Facebook oder einer anderen Kommunikationsplattform die die Schüler verwenden.

Wichtig für das Ausstellungshaus ist auch die Erhebung, welchen Effekt ihre Einladungsgestaltung gehabt hat. Ist die entsprechende Zielgruppe auch in das Haus gekommen und sind die Besucherzahlen angestiegen? Dieser Effekt ist der Hauptgrund, warum man eine gute Kommunikationspolitik und eine enge Bindung an die Institution Schule haben soll. Die Rückmeldungen von den Schülern und Lehrern tragen auch dazu bei, den Ausstellungshäusern die

Möglichkeit zu geben, ihre Ausstellungen und Veranstaltungen immer besser an die Institution Schule anzupassen und daraus zu lernen.

Rückmeldungen und Evaluierung

Die schon angesprochene Rückmeldung des Besuchers im Allgemeinen ist sehr wichtig für ein Ausstellungshaus. Hiermit können die Besucherwünsche forciert werden und eine Kundenbindung nach dem Customer-Relationship-Modell hergestellt werden. Bezogen auf die Besuchergruppe der österreichischen Pflichtschulen könnte am Ende einer Führung oder des Besuches des Kinderateliers ein Fragebogen zu einer produktiven Rückmeldung für das Ausstellungshaus und die Kunstvermittler führen. Dies führt auch zu einem Wissen um die ständig wechselnden und altersentsprechenden Interessen der Schüler. Dieser Fragebogen, diese Rückmeldungen können auch für die Lehrer hilfreich sein, um herauszufinden, ob und inwieweit ein Besuch der Ausstellung für diese Klasse, diesen Klassenverband interessant und effektiv ist. Ob etwas an Wissen mitgenommen wird oder ob dieser Ausflug nur als Freizeit gesehen wird.

Ein möglicher Fragebogen als Abschluss eines Besuches einer Ausstellung ist im Anhang angeführt. Dieser Fragebogen sollte für alle Schultypen geeignet sein. Um auch für Volksschüler verständlich zu sein, ist er daher bewusst einfach formuliert.

2.3.2. Das Museum in der Schule

Wichtige Orte der personalen Kunstvermittlung in Bildungsprozessen sind die österreichischen Schulen. Sie basiert auf der unmittelbaren Einbeziehung von Künstlern aller Sparten in schulische Lernprozesse. Die Erwartungen, die mit der personalen Kunstvermittlung in Schulen verknüpft sind, liegen einerseits in der Verbesserung der Zugangschancen der Schüler zum Bereich zeitgenössischer Kunst und andererseits in der Erweiterung schulischer Lernstrukturen durch Einbeziehung externer Experten. Die unmittelbare Begegnung mit Künstlern aller Sparten ermöglicht eine authentische Auseinandersetzung mit Kunst und schafft darüber hinaus neue Sichtweisen und Problemlösungsansätze für verschiedene gesellschaftliche Fragestellungen und Herausforderungen.⁶²

Das Aufeinandertreffen zwischen den Kunschtchaffenden und der schulischen Personen ist nicht nur für die Schüler und Lehrer informativ und ein Lernprozess, sondern auch den Künstlern und Kunstvermittlern wird eine neue Situation geboten. Meist sind Ausflüge von Künstlern in die Schule und das gemeinsame Erarbeiten einer künstlerischen Problemstellung inspirativ für die jeweiligen Künstler. Somit bereichern und ergänzen gemeinsame Lernprozesse zwischen Künstlern, Lehrern und Schülern den schulischen Unterricht sowie auch den künstlerischen Alltag.⁶³

KulturKontakt Austria (KKA) arbeitet im Bereich Kulturvermittlung an der Schnittstelle zwischen Schule, Kunst und Kultur. Mit Unterstützung des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur (BMUKK) werden partizipative Projekte und Aktivitäten der kulturellen Bildung mit Schulen in Österreich finanziert und umgesetzt.⁶⁴ Das Angebot reicht von Beratung und Vernetzung für Lehrer, Künstler und Vermittler sowie finanzieller Unterstützung von Aktivitäten in der Schule bis hin zur Entwicklung und Organisation von Schwerpunktprojekten.⁶⁵

⁶² Vgl. Mandel, Birgit, Kulturvermittlung – zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Eine Profession mit Zukunft; Bielefeld 2005

⁶³ Vgl. KulturKontakt Austria, hautnah II; Was passiert, wenn KünstlerInnen an die Schule kommen? Partizipative Kulturvermittlung mit Schulen in Theorie und Praxis, Wien 2010

⁶⁴ Vgl. KulturKontakt Austria; Kulturvermittlung mit Schulen; Wien 2010

⁶⁵ Vgl. <http://www.kulturkontakt.or.at/index.php>; 24.01.2012

Künstlerischer Lernort Schule – Unterricht mal anders

„Jene Kinder, die Anregung und Bestätigung ihrer Wahrnehmung erfahren, freuen sich über weiteres geistiges Futter, auf dem sie aufbauen können: Lernen ist ein grundlegendes Bedürfnis des Menschen. Dort, wo dieses natürliche Bedürfnis gestört wird, indem alles Spielerische ausgemerzt wird, tritt das Auswendiglernen und Replizieren statt Verinnerlichen und Erschaffen in den Vordergrund.“⁶⁶

Bei den Begegnungen zwischen Kunstvermittlern, Künstlern und Schülern werden auf unterschiedlichen Ebenen Prozesse in Gang gesetzt, die eine neue Sicht der Dinge entstehen lassen. In der Schule werden die Inhalte nach dem Lehrplan vermittelt, die die Schüler verinnerlichen sollen. In den künstlerischen Workshops hingegen werden Situationen kreiert, die es den Schülern ermöglichen, Inhalte und Themen in sich selbst und in ihrer Umwelt aufzuspüren und diese zum Ausdruck zu bringen. Dadurch wird auch begreiflich, dass alle Kunst aus dem Lebenskontext kommt, was die Voraussetzung für das kompetente und kritische Denken in unserer von Medien geprägten Welt ist. Ein anderer Aspekt ist, dass sich die Schüler durch diese Arbeit als selbstwirksam erleben und aus der passiven Rezeption herauskommen.⁶⁷

So meint Patricia Reschenbach⁶⁸ zu ihrer Arbeit in der Schule und mit Schülern: „Aber ich habe nebenbei eben auch künstlerische Projekte, die ich vorantreibe. Das greift auch im Unterricht, und ich werde dann künstlerisch tätig, indem ich den Schülern darin Einblicke gewähre. Wenn ich meinen Schülern sagen kann, was ich gemacht habe, oder auch nur etwas zeichne, dann ist das Teil meiner Praxis. Ich vermittele das auch über meine physische Anwesenheit oder die Energie, die ich rüberbringe. Das ist eine individuelle Leistung, die man sowieso nicht verordnen kann. Für mich ist das ein Teil meines künstlerischen Denkens, und das gebe ich auch meinen Schülern mit. Nicht allen und nicht immer, aber manchmal kommt es rüber.“⁶⁹

Aber nicht nur Künstler erfahren neue Situationen und Sichtweisen in der Arbeit mit Schülern, sondern auch Kunstvermittlern, wenn sie in die Schule kommen, werden neue Aspekte

⁶⁶KulturKontakt Austria ; hautnah II. Was passiert, wenn KünstlerInnen an die Schule kommen? Partizipative Kulturvermittlung mit Schulen in Theorie und Praxis; Artikel: Kunstverlockungen versus Kunsterziehung; Wien 2010

⁶⁷ Vgl. KulturKontakt Austria ; hautnah II. Was passiert, wenn KünstlerInnen an die Schule kommen? Partizipative Kulturvermittlung mit Schulen in Theorie und Praxis; Wien 2010

⁶⁸ Patricia Reschenbach arbeitet als Künstlerin in unterschiedlichen Zusammenhängen und Formationen. Sie studierte an der Universität für angewandte Kunst Wien; seit 2004 Lehrtätigkeit an mehreren Wiener Schulen.

⁶⁹ Vgl. Egermann, Eva & Pritz, Anna; school works. Beiträge zu vermittelnder, künstlerischer und forschender Praxis; Wien 2009

des künstlerischen Arbeitens durch die Schüler aufgezeigt, meint Tanja Ristovski Theuretzbacher.⁷⁰

Kunstvermittler in der Schule

Der Vertreter des Ausstellungshauses, die Ansprechperson des Lehrers im Ausstellungshaus, bezeichnet als der Kunstvermittler, kommt in die Schule. Dies könnte verschiedene Gründe haben:

- ◆ Lehrerinformation über die laufenden und zukünftigen Ausstellungen
- ◆ Vortrag für Lehrer und Schüler über zeitgenössische Themen und den aktuellen Ausstellungen im eigenen Haus
- ◆ Unterrichtsbesuch auf Einladung des Lehrers
- ◆ Er ist Kooperationspartner in einem künstlerischen Projekt oder Workshop mit den Schülern

Ein Gutteil der Lehrpersonen sieht sich nach wie vor als Spezialisten für die theoretische und werkpraktische Komponente der künstlerischen Unterrichtsfächer. Deshalb werden, wenn es um authentisch-künstlerische Erfahrungen geht, gern außerschulische Möglichkeiten und Angebote wahrgenommen: Es werden z. B. Museums- und Atelierbesuche organisiert oder Kunstvermittler und Künstler eingeladen.⁷¹

Kunstvermittler dienen in erster Linie als Vertreter des Ausstellungshauses und als Ansprechperson für das Lehrpersonal für zeitgenössische Themen. Regelmäßige Zusammentreffen zwischen den Kunstvermittlern und dem Lehrpersonal im Rahmen von Informationsveranstaltungen oder Fortbildungsseminare sind aus Sicht der Institution Schule zu fördern. Das Ausstellungshaus kann somit in der Schule vertreten sein und das Lehrpersonal erhält die Möglichkeit, sich über diverse zeitgenössische künstlerische Themen zu informieren. Im Rahmen solcher Informationsveranstaltungen können die Ausstellungshäuser durch ihre Vertreter auch das Jahresprogramm und die geplanten Ausstellungsinhalte an die Lehrer weitergeben. Somit ist es auch für das Lehrpersonal möglich, eine zeitgerechte Planung der Themen für die Unterrichtseinheiten zu machen und die eventuellen Ausstellungsbesuche einzuplanen.

⁷⁰ Tanja Ristovski Theuretzbacher ist eine serbische Multimediakünstlerin und arbeitet im Rahmen von KulturKontakt Austria mit Schulen und Schülern in Österreich.

⁷¹ Vgl. KulturKontakt Austria ; hautnah II. Was passiert, wenn KünstlerInnen an die Schule kommen? Partizipative Kulturvermittlung mit Schulen in Theorie und Praxis; Wien 2010

Vorträge von Kunstvermittlern über aktuelle zeitgenössische Themenstellungen oder Ausstellungen in der Umgebung von der Schule anhand von Präsentationen, Diskussionen oder Videobeiträgen können bei den Schülern auch ein Interesse für kulturelle Themen wecken. Eine vorherige Absprache zwischen den Lehrern und den Kunstvermittlern über die Themen des Vortrages und das Vorwissen der Schüler sollte auf jeden Fall forciert werden.

Das Hintergrundwissen der Schüler über das Thema des Vortrages bewirkt auch, dass ein aktives Mitarbeiten durch Fragestellungen und Einbringung von eigenen Erfahrungen ermöglicht wird. Ein interaktiver Unterricht wird gewährleistet und bietet dem Vortragenden Kunstvermittler auch immer wieder die Möglichkeit, sich auf die für die Schüler interessanten Themen einzustellen.

Die Einbindung von Kunstvermittlern nicht nur in künstlerischen Fächer wie bildnerisches Gestalten oder Werkerziehung, sondern auch in Unterrichtsfächer wie Geschichte und Geografie können zu spannenden Informationen führen. Viele Künstler beziehen sich in ihren Arbeiten auf historische, politische oder sozialdemografische Hintergründe. Die Vermittlung dieses Lehrstoffes anhand der Beziehung von künstlerischen und kulturellen Beispielen kann für Schüler sehr interessant sein und sie erfahren dadurch auch einen neuen Zugang. Wichtig hierbei ist es aber auch, wie bei jeder Thematik, sich auf das sprachliche Niveau und die pädagogischen Hilfsmittel einzustellen. „Menschen aus dem Museum“ werden in den Unterricht eingebunden und zeitgenössische Themen werden über die Kunst den Schülern durch Kunstvermittler aus dem Ausstellungshaus vermittelt.

Im von KulturKontakt Austria erstellten Evaluationsbericht über das Projekt p[ART]⁷² sind durchwegs positive Rückmeldungen über die Zusammenarbeit von Kunstvermittlern mit Schülern zu verzeichnen: Es werden Energien freigesetzt. Die Schüler begeistern sich zusehends für ein Thema.

⁷² Mit dem Programm p[ART] – Partnerschaften zwischen Schulen und Kultureinrichtungen unterstützt KulturKontakt Austria die mehrjährige Zusammenarbeit zwischen Schulen und Kultureinrichtungen; http://www.kulturkontakt.or.at/images/stories/medialibrary/Kulturkontakt/Kulturvermittlung/Evaluationsbericht_pART.pdf; 24.01.2012

Untenstehend sind einige Rückschlüsse aus dem Evaluierungsbericht über das Projekt angeführt:⁷³

- Die Veranstaltungen werden mit sehr großem Interesse und Enthusiasmus aufgenommen. Ich glaube, dass den Schülern aber nicht bewusst ist, dass alle diese Veranstaltungen etwas mit Kunst und Kultur zu tun haben.
- Abbau von Schwellenängsten, Fördern des Selbstbewusstseins
- Öffnen für neue Lebensbereiche, Fördern und Wahrnehmen der eigenen Kreativität

Künstler in der Schule

Was passiert, wenn Künstler in die Schule kommen? Eine zentrale Frage, mit der sich viele Ausstellungshäuser und Museen auseinandersetzen. Die Organisation KulturKontakt Austria⁷⁴ widmet einen Großteil ihrer Arbeitskraft Projekten, um Schulen mit kulturellen Institutionen zu verbinden. Integraler Bestandteil dieser Organisation ist die Zusammenarbeit mit Künstlern. „Die unmittelbare Begegnung mit KünstlerInnen eröffnet Kindern und Jugendlichen neue Wege im Umgang mit Kunst und Kultur und fördert kulturelle Teilhabe.“⁷⁵ Die Begegnungen mit Künstlern und Schülern kann nicht nur im künstlerischen Unterricht, wie Zeichnen oder Werkerziehung erfolgen. Auch in anderen Fächern kann eine Einbindung von Künstlern oder auch Mitarbeitern von Ausstellungshäusern, wie Kuratoren und Kunstvermittlern, förderlich sein. So könnte der Unterricht in Geschichte und politischer Bildung mit Beispielen der Kunst begleitet werden und auch Parallelen zur aktuellen Situation anhand von Künstlervergleichen und Thematiken der Künstler gezogen werden. Die Einbindung der Arbeiten von Künstlern in den Unterricht weckt Interesse und ein aktiver Unterricht kann stattfinden.

Doris Watzlawick⁷⁶, eine Künstlerin, die im Rahmen von KulturKontakt Austria mit Schülern an österreichischen Schulen arbeitet, meint: „Die SchülerInnen bekommen einen Einblick in die Arbeit von KünstlerInnen und werden mit außergewöhnlichen Themen konfrontiert, die sonst im Schulalltag keinen übergeordneten Stellenwert haben. Sie können kreativ tätig sein, experimentieren und in meinem Fall Musik mit allen Sinnen erleben.“⁷⁷

⁷³ vgl. KulturKontakt Austria ; p[ART] Partnerschaften zwischen Schulen und Kultureinrichtungen; Wien 2010

⁷⁴ KulturKontaktAustria, versteht sich als europäisches Kompetenz- und Ressourcenzentrum für Bildung, Kunst und Kultur mit den geografischen Schwerpunkten Österreich, Ost- und Südosteuropa; <http://www.kulturkontakt.or.at>; 03.01.2012

⁷⁵ KulturKontaktAustria, hautnah II; Was passiert, wenn KünstlerInnen an die Schule kommen? Partizipative Kulturvermittlung mit Schulen in Theorie und Praxis, Wien 2010

⁷⁶ Doris Watzlawick ist Volksschullehrerin in Wien und Lerntherapeutin für Kinder und Jugendliche

⁷⁷ KulturKontakt Austria; hautnah II. Was passiert, wenn KünstlerInnen an die Schule kommen? Partizipative Kulturvermittlung mit Schulen in Theorie und Praxis; Wien 2010

Künstler selbst können den Schülern ihre eigenen Werke oder Werke von Künstlerkollegen präsentieren und ihre eigenen Gedanken dazu äußern. Die Beweggründe, warum dieses Kunstwerk entstanden ist, die Frage der Materialwahl und was das Werk für den Künstler bedeutet und darstellt. Künstler können, sowie auch die Kunstvermittler der Ausstellungshäuser, nicht nur in den Kunstunterricht, sondern auch in andere Unterrichtsgegenstände eingebunden werden. Zum Beispiel in Geschichte. Die Darstellung einer Periode kann durch Diskussionen anhand von zeitgenössischen Kunstwerken mit dem Rückblick auf die damalige kunstgeschichtliche Periode erklärt werden. Dadurch wird nicht immer nur der „trockene“ geschichtliche Hintergrund dargestellt und ein lebendiger Unterricht findet statt.

Vorträge und Workshops in der Schule

Die Vermittlung des Kulturschaffens durch Künstler ist nicht nur eine gegenseitige Bereicherung, die ein frischer Blick auf die Welt schenken kann, sondern auch eine einzigartige Möglichkeit, den Kindern das Kunsterlebnis sowohl näher zu bringen, als auch die Kinder zu ermutigen, selbst künstlerisch tätig zu werden.⁷⁸

Vorträge in Schulen, seien diese von Kunstvermittlern eines zeitgenössischen Ausstellungshauses oder von Künstlern, können den Schülern einen Einblick in das Leben von Kulturschaffenden vermitteln. Sie lernen neue Künstler kennen, bekommen Informationen über kulturelle Institutionen auf der ganzen Welt. Eine aktive Recherchearbeit im Internet oder in Bibliotheken zu einer Aufgabenstellung regt Schüler an, aktiv am Vortrag teilzunehmen.

Sie erhalten auch Einblick in die Planung und Organisation einer zeitgenössischen Ausstellung und können diese eventuell auch als Projekt in der Schule mit der Hilfestellung von dem Lehrpersonal sowie auch den Personen der Kunstinstitutionen durchführen.

Anhand von Workshops sind Aufarbeitungen von kunsthistorischen Epochen, künstlerische Gestaltungsmöglichkeiten und Materialkunde möglich. Die eigenständige Erarbeitung eines Projektes einer Thematik sollte als Ziel eines Workshops gesetzt werden. Mitarbeit an einem Kunstwerk von einem Künstler durch die Schüler ist vor allem eine große Herausforderung und erfüllt die Schüler mit Stolz. Mitzuwirken bei einem Projekt einem Kunstwerk des Künstlers und eine eventuelle Präsentation des Kunstwerkes am Ende des Projektzeitraumes in der Schule, eventuell auch begleitend mit einem Tag der offenen Tür, ist für viele Schüler

⁷⁸ Vgl. KulturKontakt Austria, hautnah II, Was passiert, wenn KünstlerInnen an die Schule kommen? Partizipative Kulturvermittlung mit Schulen in Theorie und Praxis; Wien 2010

eine Ehre. Mit diesem Hintergrundwissen der Schüler kann der Lehrer auch eine produktivere Teilnahme seiner Klasse fördern.

Zu beachten bei der Umsetzung eines Projektes sind die einzusetzenden Materialien. Sie sollten für die Altersgruppe, für die jeweilige Schulstufe passend sein. Kinder müssen diese auch bedienen und vor allem für Kinder der Volksschulen alleine bedienbar sein. Das Lehrpersonal beziehungsweise auch die anwesenden Künstler und Kunstvermittler sind bei einer Projektumsetzung nicht immer in der Lage, alle Kinder gleichzeitig im Blickfeld haben. Schwere Maschinen, wie zum Beispiel das Hantieren mit elektrischen Sägen oder Nähmaschinen, sollten vermieden werden beziehungsweise nur unter Aufsicht des Lehrpersonals und einzeln verwendet werden, damit ist die Verletzungsgefahr nahezu ausgeschlossen.

Finanzierung

Doch Projekte, bei denen Künstler an die Schule kommen und sich mit den Schülern künstlerischem Ausdruck nähern, kosten neben Engagement und Organisation auch Geld.⁷⁹ Dieses Geld steht meist nicht zur Verfügung. Finanzielle Mittel können für das Projekt von der Schule nur dann zur Verfügung gestellt werden, wenn dieser Workshop als dezidiertes Schulprojekt mit Einbindung in den allgemeinen Schulalltag stattfindet. Eine weitere Möglichkeit der Finanzierung eines solchen Workshops ist die Zusammenarbeit mit KulturKontakt Austria, die im Rahmen des Programmes pArt Schulen und Künstler finanziell unter die Arme greift. Die Nutzung des entstandenen Kunstwerkes innerhalb der Projektwoche kann auch diversen Sponsoren zugutekommen. Als Sponsoren können in der Umgebung der Schule befindliche Unternehmen auftreten, die nach Abschluss des Workshops, der Projektwoche das fertige Kunstwerk oder die Kunstwerke der Schüler ausstellen. Auf der anderen Seite können Unternehmen auch als Auftraggeber fungieren. Die Institution Schule bekommt den Auftrag, mit ihren Schülern ein Projekt zur Gestaltung des Vorplatzes des Unternehmens oder der Räumlichkeiten zu machen und dieses Projekt bekommt die Schule dann vom jeweiligen Unternehmen finanziert.

⁷⁹ Vgl. <http://www.kulturkontakt.or.at/de/kulturvermittlung-mit-schulen/>; 24.01.2012

Kommunikation

In diesem Abschnitt wurden einige Kommunikationsmöglichkeiten zwischen dem Ausstellungshaus und der verschiedenen Personengruppen in der Institution Schule aufgezeigt, die wiederum auf den Kommunikationsgrundsatz von Harald Dwight Laswell übersetzt werden können. Hier kommuniziert das Ausstellungshaus, vertreten durch die Abteilung der Kunstvermittler und Künstler an den Empfänger Lehrer und in weiterer Folge an die Schüler. Der Inhalt der Botschaft betrifft meist aktuelle Themen der zeitgenössischen Kunst, der Gesellschaft und der Interessen der Schüler. Somit fungiert hier auch zum großen Teil der Schüler selbst als Sender und der Künstler oder Kunstvermittler als Empfänger, der versucht ist, die Botschaft des Schülers für sich selbst und für das Projekt umzusetzen. Als Kommunikationsmittel tritt hier die direkte Auseinandersetzung, der direkte Kontakt zwischen Sender und Empfänger zum Vorschein. Kommuniziert wird über die Körpersprache, das Medium Stimme anhand der Vortragsinhalte und vor allem anhand der kreativen Arbeit. Träger der Botschaft und vor allem die Rückmeldung, ob die Botschaft verstanden wurde, drücken sich anhand der Ergebnisse des Workshops oder des Vortrages aus. Bei der direkten Kommunikation, genannt auch Direkt-Marketing, kann auf eventuelle Rückmeldung, seien es Fragestellungen oder die Körpersprache der Schüler, sofort eingegangen werden und auf eventuelle Mängel in der Kommunikation reagiert werden.

Der Sponsor kann aus Sicht des Marketings auch von diesem Schulprojekt profitieren. Durch das Auftreten der Schüler im Unternehmen stellt es eine positive Verbindung zur Unternehmung her. Daher kann die Finanzierung eines Schulprojektes auch immer sehr gut im Bereich der Kundenbindung und -neugewinnung eingesetzt werden. Die positive Erfahrung in Verbindung des Unternehmens fördern bei den Schülern wie auch bei den Lehrern und in weiterer Folge von den Schülern beeinflussten Eltern eine emotionale Bindung. Durch Werbeeinschaltungen oder Werbeprospekten und -plakaten vom Unternehmen kann somit eine gute und vertrauensvolle Basis vermittelt werden. Als Rückkoppelung dieser Werbemaßnahme ist die Gewinnung von Neukunden zu bezeichnen und eine eventuelle Bindung an das Unternehmen.

Rückmeldungen und Evaluierung

Auch hier ist eine Rückmeldung, wie schon erwähnt, für die Projektverantwortlichen zu befürworten, um bei nächsten Projekten oder Vorträgen genauer auf die Bedürfnisse der Schüler eingehen zu können. Eine Rückmeldung auch an die Institution Schule, seien es die Lehrpersonen oder die Direktion, ist auch ein wichtiger Punkt. Das Wissen darum, ob die Schüler bei diesem Projekt mit Freude und aktiv teilgenommen haben, erleichtert es der Schule auch das Projekt als Schulprojekt zu deklarieren und somit eine Finanzierung nächster Aktivitäten im Bereich der Kunst und Kultur sicherzustellen.

Für die Evaluierung des Projekterfolges könnte am Ende des Workshops oder Vortrags, wie auch schon bei den Führungen im Ausstellungshaus, ein Fragebogen zu einer produktiven Rückmeldung führen.

Einen möglichen Fragebogen als Abschluss eines Besuches einer Ausstellung ist im Anhang angeführt. Dieser Fragebogen sollte für alle Schultypen geeignet sein. Um auch für Volksschüler verständlich zu sein, ist er daher bewusst einfach formuliert.

2.3.3. Entwicklung gemeinsamer Projekte

Schule und Ausstellungshaus – eine Partnerschaft

Zu Partnerschaften zwischen Schulen und Kultureinrichtungen meint Claudia Schmied⁸⁰: Partnerschaften zwischen Schulen und Kultureinrichtungen sind besonders lohnenswert, um Kinder und Jugendliche an das Thema Kunst und Kultur heranzuführen und den Dialog zwischen Schule und Kultureinrichtungen konkret zu gestalten.⁸¹

„Für die beteiligten Schüler schließlich führt die Einbindung in eine institutionelle Partnerschaft zur Auseinandersetzung mit neuen Inhalten und vielfältigen Lernformen. Neben der Beschäftigung mit künstlerischen und kreativen Inhalten bewirken diese, dass Kinder und Jugendliche in ‚symbiotische‘ Entscheidungsprozesse eingebunden werden und diese mitbestimmen und mitgestalten.“⁸²

Erfahrungsgemäß von der Organisation KulturKontakt Austria können möglicherweise folgende Vor- und Nachteile aus einer Partnerschaft zwischen Schulen und kulturellen Institutionen allgemein genannt werden:

Vorteile einer Partnerschaft:

- Präsentation der Partnerschaft beim Tag der offenen Tür in der Schule durch die Schüler selbst
- Die Kinder erkennen Mitarbeiter der Kultureinrichtungen wieder, fassen so Vertrauen, was das Zusammenarbeiten auf eine ganz andere und fruchtbare Basis stellt.
- Verbesserung der Kommunikation und Zusammenarbeit der Schüler untereinander

Nachteile einer Partnerschaft:

- Mühsame Motivation im Kollegenkreis der Lehrer, da zusätzlicher Zeitaufwand befürchtet wird
- Infrastrukturelle Ressourcen der Schule können nur bedingt genutzt werden
- Den Schülern wird nicht zugetraut, selbstständig zu arbeiten.
- Einhalten der Termine seitens der Schüler. Am Nachmittag oder in der Freizeit ist die Beteiligung bei den Projekten nur von sehr motivierten Schülern gegeben.

⁸⁰ Claudia Schmied (1959) ist eine österreichische Politikerin. Sie bekleidet derzeit das Amt der Bundesministerin für Unterricht, Kunst und Kultur.

⁸¹ Vgl. KulturKontakt Austria; p[Art]. Partnerschaften zwischen Schulen und Kultureinrichtungen; Wien 2010

⁸² KulturKontakt Austria; p[Art]. Partnerschaften zwischen Schulen und Kultureinrichtungen; Wien 2010

Das Schülerprojekt – Projektbeispiele

Eine Partnerschaft zwischen Pflichtschulen und Ausstellungshäusern kann auf verschiedene Weisen eingegangen werden. Dies kann anhand schon aufgezeigter gegenseitiger Besuche in den Institutionen passieren, aber auch über diverse gemeinsam erarbeitete Projekte. Anbei sind nun einige Möglichkeiten solcher Projekte aufgelistet, die die Kommunikation zwischen den beiden Institutionen verbessern können.

Konzeption und Durchführung einer Ausstellung

Als spezielles Kommunikationsmedium nach außen und auch als Präsentationsmittel der kulturellen Frühförderung wäre die gemeinsame Erarbeitung einer Ausstellung mit den eigenen Kunstwerken der Schüler. Dieses von Schülern mit der Unterstützung von Lehrern, Kunstvermittlern und Künstlern könnte als Abschlussprojekt eines Schuljahres gesehen werden. Die Möglichkeit dieses Projektes anhand einer kleinen Ausstellung in den Räumlichkeiten des jeweiligen Ausstellungshauses wäre ein gelungener Abschluss einer solchen Kooperation.

Der folgende Abschnitt beschreibt einen möglichen Ablauf der Realisierung solch eines Projektes anhand der Zusammenarbeit eines zeitgenössischen Ausstellungshauses und einer Partnerschule.

Idee und Konzept

Die Grundlage einer Ausstellung besteht immer aus einer Idee, einem aktuellen Thema oder eines interessanten Künstlers. Dies ist die generelle Art der Themenfindung in den Institutionen. Da Schüler nicht die Erfahrungswerte in zeitgenössischer Kunst und dem Ausstellungsverhalten haben, ist es wichtig, ihnen einen Katalog an Themen vorzugeben. Diese Vorschläge können vonseiten der Lehrer sowie auch vonseiten der Kulturinstitution kommen. Um die Aktivität und Begeisterung für das Projekt bei den Schülern zu steigern, sollten diese aber selbstständig ein Ausstellungsthema wählen.

Damit die Schüler auch bestmöglich auf das Projekt vorbereitet werden können, sollte vorab in einem informellen Gespräch der grundlegende Ablauf des Projektes besprochen und die gemeinsamen Phasen der Projektorganisation mit den dazugehörigen Arbeitsinhalten und -schritten definiert werden. Mögliche Medien und Materialien, wie Fotografie, Video, skulpturale Darstellungen, bedürfen einer vorherigen Absprache und Präsentation.

Durchführung:

Eine wichtige Grundlage für die Schüler ist die Information über den regulären Ablauf einer Ausstellungsorganisation im Ausstellungshaus. Welche Faktoren und welche organisatorischen Schritte sind notwendig? Ein Vergleich zur generellen Ausstellungsorganisation mit den Beschreibungen der ausstellungsbeteiligten Personen und der Organisation mit eignen Werken ist notwendig.

Folgende Fragen und Begrifflichkeiten können schon im Vorfeld des Projektes von Kunstvermittlern den Schülern erklärt und vermittelt werden:

- Kuratoren

Was ist ein Kurator? Das lateinische Wort curator bezeichnet sowohl einen Verwalter, einen Vertreter wie auch einen Vormund. Der Ausdruck jemanden unter Kuratel stellen verweist noch darauf. Der Kurator im modernen Sinne ist also nicht nur ein Ausstellungsmacher, er ist viel mehr: Krankenpfleger, Sozialarbeiter, Kommandant, Geldschnorrer. Entsprechend ist sein Verhältnis zu den Künstlern changierend: Vom therapeutischen über den vormundschaftlichen bis zum militärischen Approach ist nichts ausgeschlossen.⁸³

Der Kurator in einem Ausstellungshaus ist diejenige Person, die eine inhaltliche Idee anhand von Kunstwerken in eine Ausstellung umsetzt. Dieser Prozess dauert meist über mehrere Monate bis hin zu ein paar Jahren. Währenddessen werden vom Kurator Verhandlungen mit Künstlern, Leihgebern, Galerien und anderen Museen geführt.

- Produktionsleitung

Die Personen der Produktionsleitung haben im Allgemeinen die Aufgabe der Verwaltung des Budgets der Ausstellung und die Organisation des Transportes und der Versicherung der in der Ausstellung befindlichen Kunstwerke. In größeren Institutionen ist die Position des Kurators von der Produktionsleitung getrennt. In kleineren Ausstellungshäusern werden die beiden Aufgabengebiete meist in einer Person vereint.

⁸³ Vgl. Singer, David; Lieber Kurator, böser Kurator;
<http://ausschreibung.kurator.ch/Portals/0/Lieber%20Kurator,%20b%C3%B6ser%20Kurator.pdf>; 24.01.2012

- **Aufbau und Technik**

Um eine angemessene Präsentation der Kunstwerke zu gewährleisten, sind Personen für die Organisation der räumlichen Gestaltung nach den Vorstellungen des Kurators notwendig. Zur Vorbereitung zählen das Aufstellen von Zwischenwänden, eine farbliche Gestaltung, die Installation von Videoabspielgeräten.

- **Public Relation und Werbung**

Eine der größten Abteilungen in den Ausstellungshäusern ist die Presse- und Marketingabteilung. Um Besucher in der Ausstellung zu haben, ist eine gute Werbung notwendig. Dies kann durch die Aussendung von Pressetexten und Infomaterial in Form von Foldern und Plakaten erfolgen.

Diese vier großen Positionen sollen und können von den Schülern selbst übernommen werden. Bei einem Schulprojekt fällt noch eine entscheidende Schlüsselposition ins Gewicht – die Rolle des Künstlers. Diese wird von den Schülern selbst übernommen, da die Auseinandersetzung mit und das Aufarbeiten eines Themas sehr zum inhaltlichen Verständnis der Ausstellung beiträgt. Somit fungiert der Klassenverband Künstler, Kurator, Produzent, Techniker und Kommunikator.

Der inhaltlichen Gestaltung des Ausstellungsprojektes liegt die im Vorfeld schon festgelegte Themenstellung zugrunde. Diese ist meist von den Lehrern in Zusammenarbeit mit der zeitgenössischen Ausstellungsinstitution vereinbart. Viele Ausstellungshäuser haben meist einen Themenschwerpunkt, dem sie sich pro Jahr widmen und das Schülerprojekt sollte zu diesem passen, um die Bewerbung der Ausstellung zusätzlich zu vereinfachen. Durch die gleiche Thematik der Ausstellungen können die Schüler bereits schon im Vorfeld einen Einblick in die Werkliste⁸⁴ haben, um zu wissen, welche Künstler mit welchen Werken in den anderen Ausstellungen des Hauses ausgestellt werden. Diese Liste kann aber auch Ideenpool, zwecks Stilrichtung, verwendeten Materialien und Farben für die Schüler, wirken. Am Ende der kreativen Periode kommt es zu Auswahl der Werke, die in der Ausstellung im Ausstellungshaus gezeigt und präsentiert werden. Hier fungieren die Schüler als Kurator. Die Position des Produzenten entfällt dahingehend, dass die Schüler ihre Werke selbst in die Institution bringen

⁸⁴ Ein Kurator erstellt im Vorfeld einer Ausstellung eine Liste aller auszustellenden Werke mit allen dazugehörigen Angaben wie Größe, Titel, Name des Künstlers, Ort an dem sich die Leihgabe befindet usw. Dies vereinfacht die Organisation des Transportes und der Information, welche Werke definitiv in der Ausstellung sind.

und diese auch nicht versichert werden müssen. In Zusammenarbeit mit den Technikern des Hauses werden die kleinen Kunstwerke an den Wänden befestigt und eventuell noch kleinere räumliche Änderungen durchgeführt. Dies kann das Aufstellen einer Trennwand oder das Streichen einer Wand sein. Parallel zu den Aufbauarbeiten und der Konzeption der Ausstellung erfolgt auch schon die Ideenentwicklung einer möglichen Einladungskarte.

Bewerbung und Einladung

Begleitend zur Ausstellungsorganisation ist auch die Organisation der Bewerbung der Ausstellung sehr wichtig. Wie schon erwähnt, ist die Entwicklung einer Einladungskarte für die Eröffnung und die Dauer der Ausstellung sehr wichtig, um Besucher über das Projekt zu informieren. Die Karte beziehungsweise das allgemeine Werbematerial wird in Zusammenarbeit mit der Marketingabteilung entwickelt.

Aus Gesprächen mit den Schülern, die über die Ausstellung informieren, formuliert die Presseabteilung des Ausstellungshauses eine Pressemitteilung und einen allgemeinen Presstext für die Website des Hauses und für die Journalisten, die auch eine Einladung zur Ausstellungseröffnung erhalten. Allgemein sollten die Information über und die Einladung für dieses Ausstellungsprojekt an den gesamten Kundenstock ergehen. Somit spricht man ein breites Publikum an und die Ausstellung wird für viele Personen zugänglich gemacht.

Präsentation

Den Ablauf der Vernissage planen die Schüler wieder selbst. Als Vorgabe an die Schüler sollte ergehen, dass das Projekt kurz vorgestellt werden sollte. Dies kann anhand einer Power-Point-Präsentation, eines kurzen Videos oder einfach nur über eine kurze Rede von zwei bis drei Schülern erfolgen. All zu lange Reden von den Direktoren beider Institutionen sind zu vermeiden, da diese nicht von großem Interesse sind und ein unruhiges Publikum schaffen. Kurze Glückwünsche und Grußworte sind daher ausreichend.

Als Untermalung der Eröffnung wäre ein Auftritt der Schülerband wünschenswert und kleine Snacks und Getränke regen die Besucher der Eröffnung zum Verweilen an.

Wichtig ist auch der Zeitpunkt der Eröffnung. Diese könnte als Vorveranstaltung einer allgemeinen Ausstellungseröffnung des Ausstellungshauses fungieren. Die Uhrzeit ist aber auch immer abhängig von der Schulstufe der Projektteilnehmer.

Organisatorischer Hintergrund:

Die Entwicklung des Projektes basiert immer auf der Hilfe von den Lehrern, Kunstvermittlern und Künstlern (Mitarbeiter des Projektes), die sich dabei, je nach Schulstufe und Reife der Schüler, im Hintergrund halten sollen und nur als Ansprechpersonen bei Problemen und zur Hilfestellung zur Verfügung stehen. Schüler der Grundstufe sollten nur als Künstler bei solchen Projekten fungieren, da sie dem organisatorischen Teil noch nicht gewachsen sind. Dieser wird in diesem Fall von den Lehrern und Kunstvermittlern übernommen. Hier kann auch ein vereinfachtes Konzept der Ausstellung herangezogen werden, da die Schüler mit einem größeren Projekt überfordert sein könnten.

Der grobe Ablaufplan basiert auf der Zusammenarbeit zwischen der Institution Schule und dem Ausstellungshaus. Ein früher Start des Projektes ist empfehlenswert, da immer wieder Verzögerungen vorkommen können. Auch die Abstimmung der projektbegleitenden Personen sollte von Anfang an geklärt sein. Auch die zuständigen Bereiche und diversen Ansprechpersonen sind vor Projektbeginn zu klären.

Finanzierung

Bei solch einem Projekt sollte nicht nur der Ablauf im Vorfeld besprochen werden, sondern auch die finanziellen Mittel. Eine Abstimmung mit den Budgets des Ausstellungshauses und der Schule ist daher von Nöten. Wer finanziert was und ist das vorhandene Budget ausreichend für das Projekt?

Es gibt auch die Möglichkeit, bei den jeweiligen Ländern um Förderungen anzusuchen. Es lohnt sich, zur Deckung der Projektkosten auch bei Gemeinde, Kulturamt, beim Elternverein oder bei Sponsoren aus der Wirtschaft um einen Zuschuss anzufragen. Förderungen seitens externer Sponsoren haben dennoch einige Vorgaben:⁸⁵

- ◆ Was wird gefördert? Alles, was mit Kunstvermittlung an Schulen zu tun hat, ohne spezielle Ausnahmen. Zu beachten: Die Schüler sollten aktiv mitwirken.
- ◆ Wofür kann angesucht werden? Honorare, Material- und Sachkosten.
- ◆ Wer kann ansuchen? Die Schule beziehungsweise die Lehrperson, die das Projekt gemeinsam mit einer Künstlerin oder einem Künstler betreiben möchte.
- ◆ Ist die Förderung jederzeit möglich? Ja, Höhe der Förderung richtet sich nach der Sinnhaftigkeit des Projekts.

⁸⁵ Vgl. http://www.kulturkontakt.or.at/kulturvermittlung-mit-schulen/index.php?option=com_customproperties&view=show&task=show&Itemid=41&cp_kka1=foederung&submit_search=Suchen; 28.01.2012

Rückmeldung und Evaluierung

Bei einem derartig großen Projekt gibt es mehrere Möglichkeiten den Projekterfolg zu evaluieren:⁸⁶

- ◆ Wie auch schon bei den oben genannten Führungen, Vorträgen und Workshops kann die Evaluierung des Projektes anhand eines Fragebogens oder eines Gespräches mit den Schülern erfolgen.
- ◆ Eine weitere Möglichkeit ist die Rückmeldung der Lehrer über den zusätzlichen Zeitaufwand, die Reaktionen der Kinder während der Umsetzung des Projektes und die Zusammenarbeit zwischen den Projektverantwortlichen.
- ◆ Rückmeldungen können auch die Künstler und Kunstvermittler über das Projekt geben. Hier stehen auch die Motivation der Schüler und der Lehrer im Vordergrund. So wie bei den Lehrern soll auch vonseiten des Ausstellungshauses die Zusammenarbeit evaluiert werden.
- ◆ Noch ein entscheidender Punkt, der in der Evaluierung berücksichtigt werden sollte, ist die Rückmeldung der Eltern der Kinder. Waren sie begeistert von diesem Projekt oder eher ablehnend? Dieser Evaluierungspunkt kann während der Eröffnung der Ausstellung anhand von Gesprächen oder auch über den Elternverein der Schule erhoben werden.

Dies sind Evaluierungspunkte, die zielgerichtet sind auf die Zusammenarbeit zwischen der Schule und dem Ausstellungshaus. Zwei wichtige Zielgruppen im Rahmen der Evaluierung stehen dennoch im Vordergrund, die auch dem Ausstellungshaus und den Projektbeteiligten eine andere Sicht auf das Projekt mitteilen. Zum einen sind es die „normalen“ Besucher des Ausstellungshauses. Diese sind unvoreingenommen und betrachten die Ausstellung unter vielen verschiedenen Aspekten. Die Rückmeldung könnte hier über ein aufliegendes Besucherbuch erfolgen. Und der größte und der für das Ausstellungshaus wichtigste Evaluierungspunkt sind die Meldungen der Journalisten und Zeitungsartikel. Hier gilt es, nicht nur die Menge der Artikel und Medienauftritte der Ausstellung zu evaluieren, sondern auch welche Meinung die Meldungen vertreten. Negative Meldungen über das Projekt sollten hier nicht überhand gewinnen. Im Vordergrund stehen hier die positiven bis neutralen Medienmeinungen. Ein positives Feedback ermöglicht auch in den nächsten Jahren die Fortführung des Projektes und sichert dadurch auch die Finanzierung. Niemand möchte in ein negativ behaftetes Unterfangen investieren.

⁸⁶ Aufzählung laut eigener Angabe

Ferienprogramme:

Ein zeitgenössisches Ausstellungshaus bietet nicht nur Ausstellungen an, sondern kann auch mit anderen Vorhaben die Aufmerksamkeit der Schüler erzielen. So sind zum Beispiel die Ferienprogramme während der Schulferien ein großer Punkt. Wenn diese für die Schüler passend gestaltet sind auch ein Besuchermagnet und Aufenthaltsort, während der Ferien.

Dieses Programm könnte auch im Rahmen eines Workshops in der Schule mit den Schülern entwickelt werden. Zentrale Fragen dabei sollten sein:

- ◆ Wie sieht deine Ferienplanung aus?
- ◆ Was würdest du gerne einmal im Ausstellungshaus erleben?

Diese Fragen geben Anlass, ein Programm gemeinsam mit den Schülern zu generieren und die Machbarkeit seitens des Ausstellungshauses zu prüfen. Auch die Befragung der Schüler bezüglich bereits durchgeführter und geplanter Programme oder auch die Analyse der Programme anderer Häuser auf deren Interessen hin kann eine gute Rückmeldung für das Ausstellungshaus sein.

Kinderclub

Ein weiterer Projektvorschlag in Zusammenarbeit von einem Ausstellungshaus mit einer Partnerschule wäre die Erarbeitung eines Clubs für Kinder und Jugendliche im Ausstellungshaus. Was interessiert die Kinder und Jugendlichen? Was wollten sie schon immer in einer Ausstellung erleben? Welche Projekte wollten sie schon immer umsetzen?

Dies alles sind Fragen, die bei der Zusammenarbeit mit Kindern und Jugendlichen, bei der Entwicklung und Einführung eines Kinderclubs oder Freundeskreises beachtet und beantwortet werden sollten. Als Hauptkommunikationsmedium können auch hier die Neuen Medien, wie Facebook⁸⁷ und Blogs herangezogen werden. Als Beispiel gilt hier der Club „Overpainted“⁸⁸ im Museum moderner Kunst (Mumok)⁸⁹ im Wiener Museumsquartier. Schüler kommunizieren über die Facebook-Plattform mit den Kunstvermittlern der Institution und mit anderen auf dieser Seite befreundeten Kindern und Jugendlichen. Es werden Rückmeldungen zu Ausstellungsbesuchen, Verbesserungsvorschläge, eigene Ideen und eigene Schulprojekte

⁸⁷ Facebook ist eine der weltweit bekanntesten Online-Communitys zum Erstellen, Betreiben und Pflegen sozialer Netzwerke, die im Jahr 2004 von dem Studenten Mark Zuckerberg entwickelt wurde. Im Jänner 2012 verzeichnete Facebook weltweit bereits mehr als 800 Millionen aktive Nutzer. Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Facebook>; 28.01.2012

⁸⁸ Vgl. <http://www.facebook.com/pages/Overpainted/78199129274>; 22.01.2012

⁸⁹ Das Museum moderner Kunst ist Sammlungsort, Archiv, Forschungsstätte und Ausstellungsraum für Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts. Ein wesentliches Anliegen ist die Auseinandersetzung mit der Kunst der Gegenwart; <http://www.mumok.at/>; 22.01.2012

hier gepostet. Über diese Seite laden auch immer wieder die Kunstvermittler die Schüler zu Veranstaltungen und Führungen ein und posten das Kinder- und Jugendprogramm des Hauses für die nächste Zeit. Somit ist hier ein interaktiver Austausch gegeben.

Kommunikationswege der Schüler

„Verschiedene Personen lernen auf verschiedene Arten. Der Lernprozess hängt jeweils davon ab, welche Wahrnehmungsform, welche soziale Interaktion bevorzugt wird; das Alter und tausend andere Faktoren spielen eine Rolle, die alle zusammen den individuellen Lebensstil bilden.“⁹⁰

Die heutige Jugend wird auch immer wieder als die Computergeneration bezeichnet. Das Internet entwickelt sich für Kinder zunehmend zu einem sehr wichtigen Medium, das eine vermutlich unüberschaubare Fülle von Inhalten bietet. Hierbei handelt es sich um Bilder, Filme, Musik oder Spiele. Kein anderes Medium verfügt über ein derart breit gefächertes Angebot. Mit einem Klick können Kinder Teilnehmer eines weltweiten Netzwerkes werden und in nahezu unbegrenzter Menge Datenmaterial nutzen.⁹¹ In diesem Zusammenhang gewinnt auch der Begriff Web2.0⁹² immer mehr an Bedeutung.

Dies ist ein Bereich, dem die zeitgenössischen Ausstellungshäuser beziehungsweise die Museen im Allgemeinen noch sehr viel Beachtung schenken sollten und daran auch noch sehr viel arbeiten müssen. So steht in der Generierung neuer Besuchergruppen und vor allem die Bindung der Jugendlichen als neue und zukünftige Zielgruppe der zeitgenössischen Institution die Arbeit und Werbung über das Web2.0 an erster Stelle.

Im Bereich der direkten Kommunikation zwischen den beiden Institutionen wären weitere Projekte in Zusammenarbeit mit Schülern denkbar.

Zum einen kommunizieren die Schüler immer mehr über das Mobiltelefon und setzen sich hier speziell mit diversen Apps⁹³ auseinander. Eine Erstellung einer eigenen App mit interaktiven Gewinnspielen und Informationen rund um das Ausstellungshaus und die laufenden und

⁹⁰ Weber, Traudl, Essay: Lernen in der Schule und Lernen im Museum: welche Methoden fördern aktives Lernen am besten?, München 2009

⁹¹ Vgl. Weizemann, Tanja; Generation Doof – Wie und was Kinder mit Hilfe von PC und Web 2.0 lernen; Grin Verlag 2009

⁹² Der Begriff Web 2.0 kennzeichnet Anwendungen und Dienste, die das World Wide Web als technische Plattform nutzen, auf der die Programme und die benutzergenerierten Inhalte zur Verfügung gestellt werden. Die gemeinsame Nutzung der Inhalte und gegenseitige Bezüge begründen Beziehungen zwischen den Benutzern. Vgl. Alpar, Paul & Blaschke, Steffen; Web 2.0. Eine empirische Bestandsaufnahme; Wiesbaden 2008

⁹³ Apps sind Applications, also kleine Programme, die man sich z. B. auf sein iPhone runterladen kann; vgl. <http://szenesprachenwiki.de/definition/apps>; 28.01.2012

zukünftigen Ausstellungen sowie geplante Künstlerbesuche und -gespräche wäre ein weiterer Schritt in der Kommunikation mit der neuen Zielgruppe. Der Versand von E-Mail-Newslettern wirkt nicht mehr und wird zumeist unter der Flut an E-Mails und Spam-E-Mails nicht mehr wahrgenommen. Hier kann in Zusammenarbeit mit Schülern zum Beispiel anhand eines Workshops im Bereich der Neuen Medien eine solche App für das zeitgenössische Haus entwickelt werden. Weiters wäre durch ein gemeinsames Projekt auch die Gestaltung der Website des Hauses mit neuen Ideen der Schüler aufzuwerten.

Die Kommunikation sollte auch über die diversen Plattformen im Internet funktionieren. Seien es die Social-Media-⁹⁴ Plattformen wie Facebook oder Twitter⁹⁵ oder über die Verlinkung der schuleigenen Website oder speziell für diese Altersgruppe generierten auf Web 2.0 basierende Spiele. Der schon erwähnte Kinderclub bezeichnet einen solchen Anfang in der auf Web 2.0 basierenden Kommunikation zwischen den Pflichtschulen und Ausstellungshäusern.

Ein weiteres mit Schülern einer Partnerschule anzudenkendes Projekt für ein Ausstellungshaus wäre die Erstellung von Podcasts⁹⁶ und Audioguides. Schüler besprechen vorab mit Lehrern, Kunstvermittlern oder Künstlern die Ausstellungsthematik und Inhalte. Diese werden dann von den Schülern selbst in Texte verfasst und für Podcasts und Audioguides aufbereitet. Somit wäre dies eine Unterstützung für das Ausstellungshaus und die jeweiligen Themen wären auch schon dem sprachlichen Niveau der diversen Altersklassen angepasst. Auf der einen Seite wäre die Zusammenarbeit mit den Schülern generell ein Lernprozess für Kunstvermittler und Künstler in den Punkten der sprachlichen Aufarbeitung des Ausstellungsthemas, wie auch das Erfahren der Interessen der neuen Zielgruppe. Andererseits ist die Zusammenarbeit immer mit einem höheren Arbeitsaufwand und noch längeren Vorbereitungszeiten verbunden. Diese beiden Faktoren gilt es, gegenüberzustellen und abzuwägen, inwieweit die Durchführung der Projekte sinnvoll ist.

⁹⁴ Social Media (deutsch: soziale Medien) ist der Überbegriff für Medien, in denen Internetnutzer Meinungen, Eindrücke, Erfahrungen oder Informationen austauschen und Wissen sammeln. Vgl. <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-media-soziale-medien>; 28.01.2012

⁹⁵ Twitter ist eine Kommunikationsart, die irgendwo zwischen Kurznachrichtendienst (SMS), Blog und E-Mail angesiedelt ist. Übersetzen lässt sich diese dem Social Networking zuzuordnende Kommunikation mit Gezwitscher. Vgl. <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Twitter-twitter.html>; 28.01.2012

⁹⁶ Podcast ist eine Wortschöpfung aus dem bekannten MP3-Player und Broadcasting. Es handelt sich dabei um die Bereitstellung und Veröffentlichung von Audiobeiträgen im Internet sowie um das Herunterladen aus dem Internet. Vgl. <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Podcasting-podcasting.html>; 28.01.2012

3. Schluss

3.1. Zusammenfassung

Im Kulturbereich hat das Bewusstsein für die Vermittlung zeitgenössischer kultureller Themen in der letzten Zeit zugenommen. Man hat erkannt, dass es wichtig ist, nicht nur gute Arbeit zu leisten, sondern auch darauf aufmerksam zu machen – und das in einer Sprache, die gehört und verstanden wird.

„Interkulturelles Lernen beschränkt sich nicht bloß darauf, andere Kulturen kennenzulernen. Vielmehr geht es um das gemeinsame Lernen und das Begreifen, Erleben und Mitgestalten kultureller Werte.“⁹⁷ Um interkulturelles Lernen fördern zu können, ist vor allem eine gute Kommunikationspolitik der zeitgenössischen Ausstellungshäuser vonnöten. Diese fördert nicht nur die kulturelle Bildung, sondern auch die Information über Themen der zeitgenössischen Kunst und Kultur.

Die kulturelle Bildung dient nicht nur der Erwachsenenbildung, sondern soll auch Kindern und Schülern einen Zugang zum kulturellen Leben bieten. Das künstlerische und kulturelle Erbe soll somit über den Kontext der vermittelnden Institution interessierten Personen verständlich und zugänglich gemacht werden und zur Partizipation anregen.⁹⁸ Vor allem im schulischen Bereich können zukünftige Besuchergruppen über die spielerische Ebene gewonnen werden. Im Mittelpunkt hierbei steht die Entwicklung gemeinsamer Projekte, bei denen sich die Kinder und Jugendlichen mit zeitgenössischen, künstlerischen Themen auseinandersetzen und diese für sich selbst interpretieren können. Daher ist das Lernen nicht nur eine ständige Aneignung von Fähigkeiten und Kompetenzen, sondern auch ein Wachrufen der Talente, die in uns schlummern, also eine Entwicklung des kreativen Potenzials der gesamten Persönlichkeit.⁹⁹ Dies eröffnet den Schülern eine „neue Welt“ und kann daher prägend für ihren weiteren Lebensweg, die berufliche Karriere aber auch die sozialen Kompetenzen sein. Nicht nur für Kinder und Jugendliche kann eine Verbindung zu einem Ausstellungshaus von Vorteil sein. Durch die Zusammenarbeit mit kulturellen Institutionen eröffnet sich auch für die Institution Schule, für Lehrer sowie auch für die Eltern meist ein neuer Lern- und Interessensbereich.

⁹⁷ KulturKontakt Austria, hautnah. Beispiele partizipativer Kunstvermittlung im interkulturellen Dialog. Aktion Schulkulturbudget für Bundesschulen Wien 2008

⁹⁸ Vgl.; <http://up2kukuk.blogspot.com/2009/03/eine-definition-von-kunst-und.html>; 28.01.2012

⁹⁹ Vgl. John, Hartmut & Thinesse-Demel, Jutta; Lernort Museum – neu verortet! Ressourcen für soziale Integration und individuelle Entwicklung. Ein europäisches Praxishandbuch; Bielefeld 2004

3.2. Maßnahmen

Eine Vielzahl von möglichen Instrumenten und Maßnahmen zur Kommunikation zwischen den Institutionen Ausstellungshaus und Schule stehen zur Verfügung. Allerdings sind nicht alle bekannten Kommunikationsinstrumente, die sich im kommerziellen Sektor bewährt haben, für die Kommunikation zwischen den beiden Institutionen einsetzbar.

Vorrangiges Ziel, das sich derzeit schon im Wachstum befindet, ist die Schaffung eines Bewusstseins in der Bevölkerung für Kunst und Kultur und das Aufbauen von Budgetreserven für kulturelle Einrichtungen. Wichtig vor allem ist auch die Verstärkung der Frühförderung kulturellen Interesses durch schulische Fächer im Bereich der Kunst und Kultur.

Das Ausstellungshaus soll aber auch nicht populäre Programme machen (das heißt nachfrageorientiert arbeiten), sondern ihre Ausstellungsprogramme populär machen. Dies kann eine Institution fördern durch:¹⁰⁰

- ◆ Engere Bindung der Lehrer an das Ausstellungshaus
- ◆ Verstärkter Einsatz der Produktion von Lehrmitteln über die Ausstellungsthemen
- ◆ Erweiterung des Angebotes für Lehrerinformation und Lehrerfortbildung
- ◆ Gestaltung attraktiver Projekte und Programme für Schulen und Schüler
- ◆ Stärkere Auseinandersetzung mit den Interessen der Schüler
- ◆ Verstärkter Einsatz des Customer Relationship Management
- ◆ etc.

Die klassischen Mittel der Kommunikation wie Folder, Texte, Plakate, Werbung werden immer mehr von den Neuen Medien eingenommen und verdrängt. Vor allem ein Umdenken zeitgenössischer Ausstellungshäuser und Schulen im Bereich der Neuen Medien ist notwendig, um weiterhin mit der „Computergeneration“ mithalten und mitreden zu können. In diesem Zusammenhang wären Schulungen im Bereich des Web 2.0 von Vorteil. Aufklärung über die Gefahren und die Nachhaltigkeit vor allem in Hinblick auf den sogenannten „gläsernen Menschen“ ist gegenüber den Schülern, aber auch den Eltern, notwendig, um einen etwaigen Missbrauch vermeiden zu können. Darauf soll und muss in den nächsten Jahren verstärkt geachtet werden.

¹⁰⁰ Auflistung laut eigener Angabe

3.3. Conclusio

Die Kommunikation zwischen österreichischen Pflichtschulen und zeitgenössischen Ausstellungshäusern ist orientiert an der Zukunft. Schülern beziehungsweise Kindern die Möglichkeit zu geben, eigenständig eine Verbindung zum kulturellen Leben herzustellen, fördert nicht nur die Kundenbindung und das Fortbestehen von Ausstellungshäusern, sondern auch soziale und kulturelle Verhaltensweisen und Erfahrungen von Generationen. Bildung ist ein Prozess des lebenslangen Lernens.¹⁰¹

- ◆ Lernen als Wissenserwerb: die Fähigkeit, zu verstehen und die Grundlagen des lebenslangen Lernens zu erlangen – d. h. Lernen zu lernen.
- ◆ Lernen Handeln: die Fähigkeit, kreativ auf die eigene Umgebung zu reagieren.
- ◆ Lernen Zusammenleben: die Fähigkeit zur Mitwirkung und Kooperation in allen zwischenmenschlichen Bereichen.
- ◆ Lernen Persönlichkeitsentwicklung: die Fähigkeit zur Entwicklung von Unabhängigkeit, Urteilskraft und persönlicher Verantwortung, d. h. ein autonomes Leben zu führen.

Somit wird auch durch die Zusammenarbeit von Kulturschaffenden mit Schulen eine aktivierende und motivierende Lernkultur unterstützt und soziale Fähigkeiten wie Respekt und Toleranz geübt.¹⁰² Künstler und Kunstproduzenten wollen letztlich auch, dass ihre Kunst nicht nur dargebracht, gezeigt und angeboten, sondern auch gesehen, **gehört** und nachgefragt wird.

Als Kind ist jeder ein Künstler.

Die Schwierigkeit liegt darin, als Erwachsener einer zu bleiben.





















Pablo Picasso

¹⁰¹ vgl. John, Hartmut & Thinesse-Demel, Jutta; Lernort Museum – neu verortet! Ressourcen für soziale Integration und individuelle Entwicklung. Ein europäisches Praxishandbuch; Bielefeld 2004

¹⁰² vgl. KulturKontakt Austria, hautnah, Beispiele partizipativer Kunstvermittlung im interkulturellen Dialog. Aktion Schulkulturbudget für Bundesschulen; Wien 2008

Liebe Schülerin, lieber Schüler!
















In diesem Fragebogen geht es um eine Rückmeldung über die Ausstellung, die Führung und das Museumspersonal. Falls du nicht genau weißt, was damit gemeint ist, frag bitte noch einmal deine Lehrerin oder deinen Lehrer. Auch wir KunstvermittlerInnen stehen dir für Fragen sehr gerne zur Verfügung.

Wie hat dir die Ausstellung gefallen?	   
Die Führung war spannend und interessant.	   
Ich habe viele neue Sachen gehört und gelernt.	   
Die Mitarbeiter waren sehr nett und haben viel erzählt.	   
Wirst du uns mal wieder besuchen?	   
Das hat mir besonders gut gefallen.	
Das hat mir gar nicht gefallen.	
Was hättest du noch gerne gesehen?	

VIELEN DANK FÜR'S MITMACHEN!

Liebe Schülerin, lieber Schüler!

In diesem Fragebogen geht es um eine Rückmeldung über das Projekt und die Zusammenarbeit mit dem Künstler, dem Kunstvermittler. Falls du nicht genau weißt, was damit gemeint ist, frag bitte noch einmal deine Lehrerin oder deinen Lehrer.

Wie hat dir das Projekt gefallen?	   
War die Zusammenarbeit mit dem Künstler, dem Kunstvermittler spannend?	   
Ich habe viele neue Sachen gehört und gelernt.	   
Die Präsentation des Projektes war lustig.	   
Möchtest du noch einmal so ein Projekt machen?	   
Das hat mir besonders gut gefallen.	
Das hat mir gar nicht gefallen.	
Was hättest du noch gerne gemacht?	

VIELEN DANK FÜR'S MITMACHEN!

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Alpar, Paul & Blaschke, Steffen; Web 2.0. Eine empirische Bestandsaufnahme; Wiesbaden 2008
- Arbeitsgemeinschaft deutscher Kunstvereine; Kunstvermittlung zwischen partizipatorischen Kunstprojekten und interaktiven Kunstaktionen; Berlin 2002
- Babias, Marius; Im Zentrum der Peripherie. Kunstvermittlung und Vermittlungskunst in den 90er Jahren; Basel 1995
- Belting, Hans; Was bitte heißt „contemporary“? Artikel aus „ZEIT ONLINE“ vom 20. Mai 2010; <http://pdf.zeit.de/2010/21/Global-Art.pdf>
- Bildungsministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur; Suchtprävention in der Schule; Wien 2002
- Dawid, Evelyn & Schlesinger, Robert; Texte in Museen und Ausstellungen. Ein Praxisleitfaden; Bielefeld 2002
- Eder, Martina; Ein Konzept zur Erstellung nutzergenerierter AudioGuides als Lehrmedium, Diplomarbeit; Neu-Ulm 2009
- Egermann, Eva & Pritz, Anna; school works. Beiträge zu vermittelnder, künstlerischer und forschender Praxis; Wien 2009
- Fischer, Tim E.; Unternehmenskommunikation und Neue Medien. Das neue Medium Weblogs und seine Bedeutung für die Public-Relation-Arbeit; Wiesbaden 2006
- Hansen, Holger; Marketing und Vertrieb des Produktes. Der Marketing-Mix; Grin Verlag 2005
- Hieber, Lutz, Moebius, Stephan & Rehberg, Karl-Siegbert; Kunst im Kulturkampf. Zur Kritik der deutschen Museumskultur; Bielefeld 2005
- Hippner, Hajo & Wilde, Klaus D.; Grundlagen des CRM. Konzepte und Gestaltung; Wiesbaden 2006
- John, Hartmut & Thinesse-Demel, Jutta; Lernort Museum – neu verortet! Ressourcen für soziale Integration und individuelle Entwicklung. Ein europäisches Praxishandbuch; Bielefeld 2004
- John, Hartmut & Kopp-Sievers, Susanne; Stiftungen & Museen. Innovative Form und zukunftsorientierte Modelle; Bielefeld 2003
- Kemp, Wolfgang; Zeitgenössische Kunst und ihre Betrachter; Köln 1996

- Kirchner, Constanze, Schiefer Ferrari, Markus & Spinner, Kaspar H.; Ästhetische Bildung und Identität. Fächerverbindenden Vorschläge für die Sekundarstufe I und II; München 2006
- Klein, Alexander; Expositum. Zum Verhältnis von Ausstellungen und Wirklichkeit; Bielefeld 2004
- Kroeber-Riel, Werner & Esch, Franz-Rudolf; Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze; Stuttgart 2000
- KulturKontakt Austria, hautnah – Beispiele partizipativer Kunstvermittlung im interkulturellen Dialog. Aktion Schulkulturbudget für Bundesschulen; Wien 2008
- KulturKontakt Austria, hautnah II – Was passiert, wenn KünstlerInnen an die Schule kommen? Partizipative Kulturvermittlung mit Schulen in Theorie und Praxis; Wien 2010
- KulturKontakt Austria; Kulturvermittlung mit Schulen; Wien 2010
- KulturKontakt Austria; p[ART] Partnerschaften zwischen Schulen und Kultureinrichtungen; Wien 2010
- Lord, Barry; The Manual of Museum Learning; Plymouth 2007
- Lord, Barry & Lord, Gail Dexter; The Manual of Museum Management, <http://thestationeryoffice.com>; 2000
- Mandel, Birgit; Kulturvermittlung zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Eine Profession mit Zukunft; Bielefeld 2005
- Matt, Gerald; Kommentare; Wien 2006
- Matt, Gerald, Flatz, Thomas M. & Löderer, Judita; Kultur und Geld. Das Museum – ein Unternehmen; Wien 2001
- Meyer, Torsten & Sabisch, Andrea; Kunst Pädagogik Forschung. Aktuelle Zugänge und Perspektiven; Bielefeld 2009
- Olechowski, Richard & Wolf, Wilhelm; Die kindgemäße Grundschule; Wien 1990
- Rath, Gabriele; Museen für BesucherInnen. Eine Studie; Wien 1998
- Rauhe, Hermann & Demmer, Christine; Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst; Berlin 1994
- Rys, Adriana; Web 2.0 als Marketinginstrument in Museen, Unveröffentlichte Master Thesis; Köln 2010
- Schmidt, Renate-Berenike & Sielert, Uwe; Handbuch Sexualpädagogik und sexuelle Bildung; München 2008

- Scholze, Jana; Medium Ausstellung – Lektüren musealer Gestaltung in Oxford, Leipzig, Amsterdam und Berlin; Bielefeld 2004
- Singer, David; Lieber Kurator, böser Kurator;
<http://ausschreibung.kurator.ch/Portals/0/Lieber%20Kurator,%20b%C3%B6ser%20Kurator.pdf>;
- Steirer, Wolfgang, Moser, Susanne & Matt, Gerald; Kulturmanagement leicht gemacht. Der kurze Weg zum Profi; Wien 2004
- Struck, Peter; Erziehung von gestern. Schüler von heute, Schule von morgen; Wien 1997
- Tannert, Christoph & Tischler Ute; Men in Black. Handbuch der kuratorischen Praxis; Berlin 2003
- Weber, Traudel; Essay: Lernen in der Schule und Lernen im Museum: Welche Methoden fördern aktives Lernen am besten?; München 2009
- Weizmann, Tanja; Generation Doof – Wie und was Kinder mit Hilfe von PC und Web 2.0 lernen; Grin Verlag 2009
- Westphal, Kirstin; Orte des Lernens. Beiträge zu einer Pädagogik des Raumes; München 2007
- Zembylas, Tasos & Tschmuck, Peter; Der Staat als kulturfördernde Instanz; Innsbruck 2005